العنوان:	دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية: دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية
المصدر:	مجلة جامعة الملك عبد العزيز -الآداب والعلوم الانسانية(السعودية)
المؤلف الرئيسي:	المغامسي، أمين بن أحمد
المجلد/العدد:	مج 13
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2005
الصفحات:	281 - 328
رقم MD:	71957
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	AraBase, HumanIndex
مواضيع:	وسائل الإعلام ، الصحافة ، الصحف ، السعودية ، السياحة ، التنمية السياحية ، الصور الفوتوغرافية ، تحرير الصحف ، الترويج السياحي
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/71957

مجلة جامعة الملك عبدالعزيز : الآداب والعلوم الانسانية، م١٣، ص ص ٢٨١ - ٣٢٨ (٢٠٠٥م/ ١٤٢٥هـ)

دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية
دراسة تحليلية مقارنة على عينة من الجرائد اليومية

أمين بن أحمد المغامسي

قسم الإعلام ـ كلية الدعوة - جامعة طيبة

المستخلص. تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الجرائد اليومية السعودية في دعم وتشجيع السياحة الداخلية، ودورها في التعريف بمناطق المملكة المختلفة، وما تتمتع به من مقومات وعوامل جذب، وقد تم اختيار عينة من الجرائد التي صدرت خلال الإجازة الصيفية لعام ١٤٢١هـ، وتم إخضاع الموضوعات السياحية المنشورة فيها تحليلية مقارنة .

وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة ومبحثين؛ اشتملت المقدمة على الإجراءات المنهجية للدراسة، وتضمن المبحث الأول حديثاً عن حاجة السياحة الداخلية إلى الدعم الإعلامي، وواقع الإعلام السياحي الصحفي في المملكة العربية السعودية. أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه للدراسة التحليلية المقارنة، وتضمن تحديداً لمساحة الموضوعات السياحية في عينة كل جريدة، ونسبتها إلى المساحة الإجمالية لهذه العينة، بالإضافة إلى توزيع هذه المساحة بين السياحة الداخلية والخارجية، والجوانب التحريرية التي تمثلت في تحديد الأشكال المستخدمة في عرض موضوعات السياحة الداخلية، ومصادر حصول الجرائد عليها، ومدن المملكة التي تحدثت عنها، والمجالات السياحية التي شملتها، والأفكار التي تضمنتها، وكذلك الجوانب الإخراجية لموضوعات السياحة الداخلية والتي تمثلت في تحديد

مواقع نشرها، وأنواع العناوين المصاحبة لها، ومدى مصاحبة الصور لها، وألوان هذه الصور، وطبيعتها من حيث كونها حديثة أو من الأرشيف .

مقدمة

تواجه السياحة الداخلية تحدياً كبيراً ومنافسة خطيرة من السياحة الخارجية، وتؤكد الإحصاءات ارتفاع نسبة السياح السعوديين إلى خارج المملكة، وارتفاع معدلات إنفاقهم ؛ حيث تقدر الدراسات والإحصاءات أن ما ينفقه السياح السعوديون على السياحة الخارجية سنوياً يتراوح بين ٢٥ إلى ٣٠ مليار ريال، في حين يشكل ماينفقه السياح السعوديون على السياحة الداخلية نسبة منخفضة تتراوح بين ٨٪ إلى ١٧٪ من إجمالي الإنفاق على السياحة الخارجية .[١]

كما أشارت دراسة لمجلس الغرف التجارية السعودية إلى أن ٢٤٪ من الأسر السعودية تتجه نحو السياحة الداخلية، بينما تتجه النسبة الباقية إلى السياحة الخارجية .[٢]

وأمام هذا التحدي وهذه المنافسة وما تشكله من استنزاف كبير للاقتصاد الوطني، بالإضافة إلى الأضرار الأخلاقية والاجتماعية كان من الضروري أن تتضافر جهود كل الجهات الحكومية والخاصة ذات الصلة بالسياحة لدعم السياحة الداخلية التي تقوم على مجموعة من العناصر والأركان والمقومات والتي تغطي مجموعة من الجوانب التي يكمل بعضها بعضاً وتتعاضد فيما بينها للقيام بالدور المطلوب منها في دعم السياحة الداخلية وتشجيعها والارتقاء بها .

ومن أهم هذه الجوانب التي تحتاج إليها السياحة الداخلية ولا يمكن لها الاستغناء عنها الجانب الإعلامي، فنحن نعيش في عصر الإعلام وثورة الاتصال، وأصبح لوسائل الإعلام المختلفة (المقروءة والمسموعة والمرئية) وجود كبير وتأثير خطير في حياة الناس حيث مدت نفوذها ووصلت إلى مختلف فئات المجتمع وشرائحه، ونادراً مانجد إنساناً كبيراً أو صغيراً، متعلماً أو جاهلاً، ذكراً أو أنثى إلا ويتعرض لمجموعة من وسائل الإعلام أو لواحدة منها على الأقل، ولذلك كان من الطبيعي أن تكون السياحة الداخلية

في حاجة ماسة إلى دعم ومؤازرة من العاملين في هذه الوسائل وذلك بعرض جوانب الجذب السياحي في مناطق المملكة المختلفة، وتعريف المواطنين والمقيمين بها، وتشجيعهم على زيارتها والاستمتاع بما يتوافر فيها من مقومات وكنوز ومواقع وعناصر جذب مختلفة، وتعريفهم بمساوىء السياحة الخارجية، وإقناعهم بالعدول عن السفر الخارجي والبقاء في ربوع وطنهم .

موضوع الدراسة

يدور محور هذه الدراسة حول دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية، وهي مكونة من جزأين : الجزء الأول عبارة عن دراسة نظرية حول حاجة السياحة الداخلية إلى الدعم الإعلامي، وواقع الإعلام السياحي الصحفي، أما الجزء الثاني فهو عبارة عن دراسة تحليلية مقارنة على عينة مختارة من الجرائد اليومية التي صدرت خلال الإجازة الصيفية لعام ١٤٢١هـ، وذلك نظراً لكون الإجازة الصيفية هي الموسم الرئيس للسياحة والسفر في المملكة، وقد تم حصر جميع الموضوعات السياحية المنشورة في هذه العينة وإخضاعها لدراسة تحليلية مقارنة، وذلك بهدف التعرف على المساحة التي خصصتها جرائد الدراسة للموضوعات السياحية، وطريقة تناول كل جريدة لمجموعة من الجوانب التحريرية والإخراجية ذات الصلة بهذه الموضوعات، وتشمل هذه الجوانب تحديد مساحة الموضوعات السياحية في عينة كل جريدة ونسبتها إلى المساحة الإجمالية لهذه العينة، وتوزيع مساحة الموضوعات السياحية بين السياحة الداخلية والخارجية، ومعرفة الأشكال والفنون الصحفية التي استخدمت في عرض موضوعات السياحة الداخلية، ومصادر حصول الجرائد على هذه الموضوعات، والمجالات السياحية التي غطتها، ومدن المملكة التي شملتها، والأفكار والتوجهات التي تضمنتها، ومواقع نشر هذه الموضوعات، وأنواع العناوين المصاحبة لها، ومدى استخدام الصور الفوتغرافية في تدعيم هذه الموضوعات، وطبيعة هذه الصور من حيث حداثتها وألوانها .

حدود الدراسة

اقتصر الجانب التحليلي في هذه الدراسة على فئة معينة من الصحف وهي (الجرائد السعودية العامة التي صدرت باللغة العربية بشكل يومي في الفترة الصباحية خلال صيف عام ١٤٢١هـ) ويمكن حصرها في الجرائد السبع التالية : المدينة، عكاظ، البلاد، الندوة، الرياض، الجزيرة، اليوم، وبناء على هذا التحديد لاتدخل في هذه الدراسة الفئات التالية من الصحف :

١ـ المجلات بجميع أنواعها وتخصصاتها ودوريات صدورها .

٢ ـ الجرائد غير السعودية، وإن كان لها مراكز طباعة في المملكة كجريدة الشرق الأوسط .

٣ ـ الجرائد اليومية المتخصصة كجريدتي الاقتصادية، والرياضية .

٤ ـ الجرائد اليومية الصادرة بلغات أخرى مثل : عرب نيوز، ورياض ديلي وسعودي جازيت، وأوردو نيوز .

٥ـ الجرائد الأسبوعية كجريدة العالم الإسلامي .

٦ ـ الجرائد اليومية المسائية كجريدة المسائية .

٧ ـ الجرائد اليومية التي صدرت بعد انتهاء صيف عام ١٤٢١هـ كجريدة الوطن .

منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث يقوم المنهج الوصفي " بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، ويعبر عنها تعبيراً كيفياً أو تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى "[٣].

تساؤلات الدراسة

هناك مجموعة من التساؤلات التي ستحاول هذه الدراسة الإجابة عنها في الجزء التحليلي من الدراسة، ويمكن حصرها في التساؤلات التالية :

١ ـ ما مساحة الموضوعات السياحية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟ وكيف تم توزيع هذه المساحة بين السياحة الداخلية والخارجية ؟

٢ ـ ماأشكال العرض المستخدمة مع موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟

٣ ـ ما مصادر موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟

٤ ـ ما هي مدن المملكة التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟

٥ ـ ما مجالات السياحة التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟

٦ ـ ما الأفكار التي تضمنتها موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟

٧ ـ ماالمواقع التي نُشرت فيها موضوعات السياحة الداخلية في عينة جرائد الدراسة؟

٨ ـ ما مضمون الصفحات السياحية المتخصصة والملاحق في عينة جرائد الدراسة ؟

٩ ـ ماأنواع العناوين المستخدمة مع موضوعات السياحة الداخلية في عينة جرائد الدراسة ؟

١٠ ـ مامدى مصاحبة الصور الفوتغرافية لموضوعات السياحة الداخلية المنشورة في عينة جرائد الدراسة ؟ وما مدى حداثة هذه الصور ؟ وما الألوان المستخدمة فيها ؟ .

عينـة الدراسـة

نظراً لتوسع المجتمع الكلي للدراسة، وكونه يشتمل على مجموعة كبيرة من الأعداد التي صدرت من جرائد الدراسة السبع خلال فترة الصيف فقد تم اختيار عينة ممثلة لهذه الجرائد، وقد حرص الباحث على اختيار هذه العينة بطريقة علمية " لأن العينة الصغيرة التي تختار بدقة توفر نتائج صادقة مثل النتائج التي نحصل عليها من العينة الأكبر "(٤).

ولضمان تمثيل كامل أيام الأسبوع في العينة فقد تم اختيار أعداد العينة بأسلوب الدورة حيث تم بناء أسبوع صناعي وذلك عن طريق اختيار العدد الصادر في يوم السبت من الأسبوع الأول من فترة الدراسة، ثم العدد الصادر في يوم الأحد من الأسبوع الثاني، ثم العدد الصادر في يوم الاثنين من الأسبوع الثالث ... وهكذا حتى اكتمال مفردات العينة بالعدد الصادر في يوم الجمعة من الأسبوع السابع .(٥)

وبناء على هذه الطريقة تم اختيار سبعة أعداد من كل جريدة تمثل كامل أيام الأسبوع باستثناء جريدة الندوة التي اقتصرت عينتها على ستة أعداد فقط نظراً لكون الجريدة لاتصدر في يوم الجمعة، وبذلك يكون العدد الإجمالي لعينة الجرائد التي شملتها الدراسة : ٧ × ٧ = ٤٩ – ١ = ٤٨ عدداً، وقد غطت هذه الأعداد الفترة من ٢٩/ ٣/ ١٤٢١هـ إلى ١٨/ ٥/ ١٤٢١هـ .

وتم حصر وتحليل وقياس مساحة كل الموضوعات السياحية المنشورة في جميع صفحات أعداد العينة المختارة، وكانت وحدة القياس المستخدمة هي سم / عمود .

المبحث الأول

حاجة السياحة الداخلية إلى الدعم الإعلامي، وواقع الإعلام السياحي الصحفي

أولاً : حاجة السياحة الداخلية إلى الدعم الإعلامي

سبقت الإشارة في مقدمة هذه الدراسة إلى أن السياحة الداخلية تقوم على مجموعة من العناصر والأركان والمقومات التي تغطي مجموعة من الجوانب التي يكمل

بعضها بعضاً وتتعاضد فيما بينها للقيام بالدور المطلوب منها في دعم السياحة الداخلية وتشجيعها والارتقاء بها .

ومن أهم هذه الجوانب التي تحتاج إليها السياحة الداخلية ولا يمكن لها الاستغناء عنها الجانب الإعلامي بما تتوافر له من وسائل اتصال حديثة تتمتع بإمكانات فنية عالية وقدرة كبيرة على الوصول إلى قطاع كبير من الجمهور يقدر بالملايين .

وتأكيداً على أهمية الدور الإعلامي في دعم السياحة الداخلية وتشجيعها كان من ضمن اختصاصات الهيئة العليا للسياحة التي نص عليها نظام تأسيس هذه الهيئة " إقامة مركز معلومات شامل، وإعداد خطة إعلامية لتشجيع السياحة وتنشيطها وذلك بعد التنسيق مع الجهات ذات العلاقة وإصدار المواد الإعلامية اللازمة "[٦] .

كما كان التأكيد على هذا الجانب واضحاً في أوراق العمل المقدمة لمجموعة من الندوات الخاصة بالسياحة الداخلية وفي التوصيات الصادرة عنها ؛ ففي الورقة المقدمة من د. ياسر الخطيب إلى ندوة (التنمية السياحية في منطقة مكة المكرمة)[٧] تم التأكيد على " ضرورة تكثيف الحملات الإعلامية للتعريف بمناطق الجذب السياحي في المملكة، وإرشاد الأفراد لمختلف التسهيلات والخدمات الموجودة فيها "[٨]، كما أشار د. علي آل موسى في ورقته المقدمة إلى نفس الندوة إلى " إن إعلامنا لايزال يتعامل مع السياحة من زاوية هامشية، وليس كمنجز اقتصادي في مستقبل اجتماعي يعود بالنفع على الأسرة السعودية ويحفظ لها كثيراً من عائداتها الاقتصادية وقيمها الثقافية "[٩]، ومن التوصيات التي صدرت عن هذه الندوة فيما يتصل بالجانب الإعلامي " حث القطاع الإعلامي بقنواته المختلفة على بذل الجهود الهادفة إلى دعم مسيرة التنمية السياحية، وتغطية المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية المرتبطة بالسياحة " ، و كذلك " الاهتمام بالناحية الإعلامية في مجال تشجيع السياحة بالمنطقة عبر وسائل الإعلام، وإقامة الندوات واللقاءات المتخصصة في هذا المجال "[١٠] . كما تضمنت توصيات ندوة عسير (السياحة إلى أين) التأكيد على " وضع وتنفيذ برامج إعلامية تعمل على زيادة نصيب

السياحة الداخلية، وتخفيف الآثار الاقتصادية والاجتماعية السلبية الناتجة عن السياحة الخارجية "[١١] كما تضمنت توصيات لقاء أبها السياحي الرابع[١٢] التأكيد على ضرورة "مساهمة الإعلام المرئي والمقروء والمسموع في نشر الوعي السياحي لدى المواطنين، وتغطية البرامج السياحية "[١٣].

ومن التوصيات التي أكّد عليها أحد الباحثين في رسالته لنيل درجة الماجستير "الأهمية القصوى لوضع خطة إعلامية مركزة لنشر الوعي السياحي لدى المواطنين، وذلك بما يضمن التفاعل الإيجابي مع هذه الصناعة الواعدة بجميع جوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية "[١٤].

كما ظهر التأكيد على أهمية الدور الإعلامي في مجموعة من المقالات والمقابلات والندوات الصحفية التي تحدثت عن السياحة الداخلية وعوامل النهوض بها وتشجيعها، ومن هذه العوامل "تنشيط دور الإعلام السياحي عبر وسائل الإعلام المختلفة المرئية والمقروءة والمسموعة ليشمل ذلك تغطية الأنشطة والبرامج والفعاليات السياحية التي تقام في مناطق مختلفة من السعودية، وكذلك التعريف بالمناطق السياحية الموجودة في البلاد، وإلى غير ذلك من التغطيات الإعلامية اللازمة "[١٥] ومن الأمور التي يمكن أن تحقق الدعم والتنمية لقطاع السياحة الداخلية "تكثيف جهود وسائل الإعلام بمختلف أنواعه في إبراز الوجه السياحي المشرق، وتفعيل دور الوسائل الإعلامية على مدار العام وعدم اقتصارها على فترة الصيف فقط "[١٦]، كما أشار أحد الكتاب إلى أن على الهيئة العليا للسياحة القيام بجهود كبيرة منها "حث الإعلام للقيام بدور أكبر في إبراز المعالم السياحية والأثرية بهدف خلق الرغبة والتشويق لدى راغبي السفر لقضاء إجازاتهم في المملكة "[١٧]، كما دعا أحد الكتاب إلى "إعداد خطط إعلامية تساعد على التعريف بالمناطق السياحية في السعودية، وبث الثقافة السياحية والوعي "[١٨] . وأورد كاتب آخر مجموعة من العناصر ذات الارتباط الوثيق بنجاح النشاط السياحي ومنها "التهيئة الإعلامية المناسبة لما لها من ارتباط مباشر بمقومات السياحة الناجحة بسبب ماتوفره من برامج إرشادية وتوعية بالمناطق "[١٩] كما دعا أحد

أعضاء لجنة السياحة الوطنية إلى "إعداد استراتيجية إعلامية لدعم السياحة الداخلية تلتزم جميع أجهزة الإعلام بتنفيذها"[٢٠] ومن المقترحات التي قدمها أحد الكتاب لتنفيذ الخطط الخاصة بالسياحة الداخلية "الاستفادة من الإعلام المحلي في توعية المواطن بمدى فائدة هذه السياحة للاقتصاد السعودي"[٢١].

يتضح مما سبق الدور الكبير الذي يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام في تشجيع السياحة الداخلية، وحاجة هذه السياحة إلى الدعم الكبير من هذه الوسائل والقائمين عليها والعاملين فيها لتستطيع منافسة السياحة الخارجية، إلا أن هناك من يتحدث عن وجود بعض أوجه القصور التي تعتري قيام وسائل الإعلام المحلية بهذا الدور، وهناك بعض المآخذ والملاحظات على هذه الوسائل، فمن المعوقات التي تعيق تطور ونمو السياحة الداخلية في نظر بعض الكتاب "القصور الإعلامي في إظهار مقومات السياحة في المناطق الداخلية، وإقناع السائح بأهمية السياحة المحلية"[٢٢]، ومن العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية في نظر كاتب آخر "غياب المعلومة السياحية عن مناطقنا السياحية، وإن توفرت عن أحد الأنشطة فإنها لاتتوفر عن الأنشطة الأخرى، ولذلك نجد الأغلبية العظمى من المواطنين تتجه نحو المناطق السياحية الخارجية لتوفر المعلومات عنها بدلاً من المناطق السياحية الداخلية مجهولة المعلومات"[٢٣]، وأشارت دراسة أعدها مركز البحوث بالغرفة التجارية الصناعية بجدة إلى أن من التحديات التي تواجهها السياحة الداخلية "عدم كفاية المجهودات الإعلامية الهادفة إلى إبراز عناصر الجذب السياحي بالمملكة سواء بالنسبة للمستثمرين أو بالنسبة للسائحين، هذا فضلاً عن استمرار الحاجة لزيادة الوعي السياحي للأفراد عن طريق الجهود المكثفة والمخططة لوسائل الإعلام المختلفة"[٢٤]. كما كشفت بعض الدراسات التي أعدها أحد المكاتب الاستشارية حول السياحة الداخلية وسبل تنميتها عن وجود بعض المشكلات التي تعترض نمو السياحة الداخلية منها "مايتعلق بغياب الإعلام السياحي عن مقومات السياحة الداخلية"[٢٥] كما يرى أحد المستثمرين في السياحة الداخلية "أن جميع مناطق البلاد لم تأخذ حقها من الدعاية الإعلامية اللازمة .. ولا بد من وجود اهتمام إعلامي أكبر"[٢٦].

ثانياً : واقع الإعلام السياحي الصحفي

لو استعرضنا واقع الإعلام السياحي الصحفي في المملكة العربية السعودية، وحاولنا حصر الممارسات الصحفية ذات الصلة بالسياحة، وتصنيفها في فئات محددة فإنها لن تخرج عن الفئات التالية :

١ ـ مجلات وجرائد سياحية متخصصة

وتندرج تحت هذا القسم مجلتان وجريدة واحدة، ويمكن الحديث عنها على النحو التالي :

أ ـ مجلة (المسافر)

وهي مجلة سياحية شهرية متخصصة تصدرها مجموعة الطيار للسفر والسياحة، ومقر هذه المؤسسة في مدينة الرياض، إلا أن المجلة مسجلة في المملكة المتحدة، ولكن مكتبها الرئيس في مدينة الرياض، وكذلك عناوين المراسلة وهواتف الاتصال في مدينة الرياض أيضاً، وسوقها الرئيس في المملكة، وتقول المجلة عن نفسها بأنها (تعنى بشؤون السياحة والسفر والطيران والمطارات والفنادق والمنتجعات السياحية والأسواق الحرة والشحن والنقل البحري والجوي والبري والمعارض وبطاقات الائتمان والاتصال الدولي وكل مايهم المسافر العربي في كافة أنحاء المعمورة) وتقدم المجلة ملفاً شهرياً عن إحدى المدن أو الدول مع التركيز على الجانب السياحي فيها، وضمن الأعداد التي صدرت في صيف عام ١٤٢١هـ كان هناك ملفان في عددين مستقلين، أحدهما عن المدينة المنورة ومهرجانها، والآخر عن عسير وعوامل الجذب السياحي فيها .[٢٧]

ب ـ مجلة (سوّاح)

وهي مجلة شهرية متخصصة تصدر بصفة مؤقتة كل شهرين، وتصدرها دار (عالم الإعلام) وهي مسجلة في قبرص إلا أن مكتبها الرئيس وعناوين مراسلتها في مدينة الرياض، وتقدم المجلة في كل عدد ملفاً أو استطلاعاً عن مدينة أو دولة من الدول

المشهورة سياحياً، وتولي المجلة سياحة التسوق اهتماماً واضحاً ظهر التأكيد عليه في افتتاحية العدد الأول التي أشارت إلى "أن الدراسة التي سبقت إصدار المجلة أوصت بأن يجمع الإصدار بين السياحة والتسوق نظراً لكون التسوق منتجاً سياحياً حيوياً أثبت فاعليته وأهميته "[٢٨].

ج ـ جريدة (السياحة والبيئة)

وهي جريدة أسبوعية متخصصة تعنى بالسياحة والبيئة تصدر عن مجموعة خزامى، ورغم أن الجريدة تصدر من لندن إلا أن مكتبها الرئيس في مدينة الرياض وكذلك عنوان مراسلتها وهواتف الاتصال بها، وتخصص الجريدة العدد الأكبر من صفحاتها للموضوعات السياحية مع التركيز على السياحة الداخلية، بينما تخصص بقية صفحاتها للموضوعات المرتبطة بالبيئة والحياة الفطرية . والجريدة تصدر بالحجم الكامل، وتتضمن بعض الصفحات الملونة .[٢٩]

٢ ـ ملفات سياحية متخصصة

ويمثلها ملف (الطيران والسياحة) وهو ملف أسبوعي متخصص تصدره إدارة العلاقات العامة بشركة تهامة للإعلان والعلاقات العامة والتسويق، ويحتوي الملف على مختارات مصورة من موضوعات الطيران والسياحة المنشورة في مجموعة كبيرة من الجرائد والمجلات السعودية والعربية[٣٠]، والملف لايباع في المكتبات ومراكز التوزيع وإنما يوزع فقط على المشتركين وهم في الغالب من الشركات السياحية ومكاتب السفر والسياحة والمهتمين بهذا المجال والمتخصصين فيه الذين يهمهم متابعة ورصد كل ماله صلة بمجال عملهم ويصعب عليهم الاطلاع على كل ماينشر في الجرائد والمجلات المحلية والخارجية، فتقوم الجهات المصدرة لمثل هذه الملفات المتخصصة بهذه المهمة نيابة عنهم، وتجمع لهم مايبحثون عنه في ملف واحد .

٣ ـ إصدارات سياحية خاصة

ويقصد بالإصدارات الخاصة الأعداد الخاصة التي تصدرها الجرائد والمجلات،

وتخصصها لموضوع معين، وتباع منفصلة عن الجريدة أو المجلة بسعر خاص بها، ومن أمثلة هذه الإصدارات الخاصة ذات الصلة بالسياحة ماأصدرته جريدة عكاظ في صيف عام ١٤٢١هـ على شكل مجلة ملونة بعنوان (نزهة)، واحتوى هذا الإصدار على صفحة تضمنت حديثاً موسعاً عن المهرجانات السياحية المقامة في مجموعة من مدن المملكة، بالإضافة إلى مجموعة من الموضوعات الصحفية المتنوعة عن السياحة الداخلية والخارجية .[٣١]

٤ ـ ملاحق سياحية خاصة

ويقصد بالملاحق ماتصدره الجرائد والمجلات بشكل مستقل ومنفصل عن صفحاتها الأصلية، وتخصصها لموضوع أو مناسبة معينة، وتوزع مع الجريدة أو المجلة دون زيادة في السعر .

ومن أمثلة الملاحق التي أصدرتها الجرائد مما له صلة بالسياحة الملحق الذي أصدرته جريدة اليوم عن دورة الصداقة الدولية الرابعة التي أقيمت ضمن فعاليات البرامج السياحية لمنطقة عسير خلال صيف ١٤٢١هـ، وكانت الجريدة تصدر هذا الملحق بشكل يومي طوال فترة إقامة الدورة (انظر التعليق على جدول رقم ٨) .

ومن الأمثلة على الملاحق التي أصدرتها المجلات مما له صلة بالسياحة ملحق (السفر والسياحة) الذي وزعته مجلة (تجارة الرياض) مع عددها الصادر في شهر صفر ١٤٢٠هـ، وبلغ عدد صفحات هذا الملحق ٩٠ صفحة اشتملت على مجموعة من المقالات والمقابلات والتحقيقات الصحفية التي دارت حول السياحة الداخلية ومقوماتها في عدد من مناطق المملكة والمشاريع المتصلة بها، وسبل تطويرها، وما يعترضها من صعوبات .

٥ ـ صفحات سياحية متخصصة

ويقصد بها الصفحات التي تخصصها الجرائد والمجلات العامة للموضوعات السياحية خلال فترة الصيف والمواسم السياحية، وهذه الصفحات تنقسم إلى نوعين :
النوع الأول تخصصه الجرائد والمجلات لنشر جميع الموضوعات المتصلة بالسياحة دون

تحديد لمهرجان أو نشاط أو مناسبة سياحية معينة، وهذا النوع من الصفحات موجود في مجموعة من الجرائد التي شملتها هذه الدراسة (انظر الجدول رقم ٩ والتعليق عليه) .

أما النوع الثاني من هذه الصفحات فيتم تخصيصه لمتابعة فعاليات مهرجان أو نشاط سياحي محدد، وهذا النوع من الصفحات موجود أيضاً في مجموعة من جرائد الدراسة (انظر الجدول رقم ٩ والتعليق عليه) .

٦ـ موضوعات سياحية في صفحات عامة

وتشمل ما تنشره الجرائد والمجلات في صفحاتها العامة مما يتعلق بالسياحة على مدار شهور السنة، وهذه الفئة هي الغالبة على ماتنشره الجرائد والمجلات من موضوعات سياحية سواء منها الجرائد والمجلات التي يوجد بها صفحات سياحية متخصصة في بعض فترات السنة، أو التي لايوجد فيها مثل هذه الصفحات.

٧ـ نشرات سياحية خاصة

وتشمل النشرات التي تصدرها لجان الإعلام والعلاقات العامة في بعض المهرجانات والنشاطات السياحية، وقد يتم إصدار عدد واحد من هذه النشرات فقط، وقد يتم إصدارها بشكل دوري طوال فترة إقامة المهرجان أو النشاط السياحي، وتشتمل هذه النشرات على متابعة لأخبار وفعاليات هذه المهرجانات، ويتم توزيعها مجاناً في أماكن تجمع السائحين، وفي المواقع السياحية التي تقام فيها هذه النشاطات.

المبحث الثاني

الدراسة التحليليةالمقارنة لعينة من جرائد الدراسة

أولا : مساحة الموضوعات السياحية وتوزيعها بين السياحة الداخلية والخارجية

١ـ مساحة الموضوعات السياحية في جرائد الدراسة

تعد جرائد الدراسة السبع من الجرائد العامة غير المتخصصة، ولذلك فهي لاتقتصر فيما تنشره على تخصص معين، أو موضوع معين، وإنما تحاول أن تغطي كل التخصصات

والمجالات، وتحاول أيضاً إرضاء جميع فئات القراء بأن تقدم لكل فئة مايرضي رغباتها، ويوافق اهتماماتها، وهناك موضوعات ومجالات يكون الاهتمام بها والتركيز عليها على مدار شهور السنة لأنها غير مرتبطة بمناسبة معينة أو فترة محددة مثل الموضوعات السياسية والاقتصادية، وقد يزيد الاهتمام بها عند حصول مناسبة معينة أو حدث كبير أو أزمة طارئة أو مؤتمر أو دورة، وهناك موضوعات ومواد صحفية مرتبطة بفترات معينة وفصول محددة من السنة، ومنها الموضوعات السياحية التي ترتبط بفصل الصيف والإجازات الرسمية وبصفة خاصة الإجازات المرتبطة بالمدارس والطلاب، بينما تختفي هذه الموضوعات أو تقل بشكل كبير في بقية شهور السنة وفصولها.

ويوضح الجدول التالي المساحة التي احتلتها الموضوعات السياحية، ونسبتها إلى المساحة الإجمالية لعينة جرائد الدراسة، ومع أن المساحة التي خصصتها جرائد الدراسة للموضوعات السياحية، ونسبتها للمساحة الإجمالية لعينة هذه الجرائد ليست كبيرة، ولايمكن قياسها بالمساحات التي تحتلها موضوعات أخرى كالسياسة والاقتصاد والرياضة(٣٢)، إلا أنها تعد أعلى من نسب موضوعات أخرى .

وينبغي الإشارة هنا إلى أن المساحة المخصصة للموضوعات السياحية أُدخلت فيها مساحة بعض الموضوعات الرياضية والفنية والثقافية باعتبارها مرتبطة بفعاليات بعض المهرجانات السياحية (انظر جدول رقم ٦) مثل دورة الصداقة الدولية الرابعة التي كانت ضمن فعاليات مهرجان أبها، وكذلك الحفلات الفنية الخاصة بمهرجاني أبها وجدة، بالإضافة إلى مجموعة من المحاضرات والندوات الثقافية التي كانت ضمن نشاطات هذين المهرجانين وغيرهما .

وقد جاءت جريدة المدينة في مقدمة جرائد الدراسة من حيث المساحة المخصصة للموضوعات السياحية ؛ فقد شكلت هذه المساحة نسبة ٤٣,٩٪ من إجمالي مساحة عينة الجريدة، ويمكن إرجاع ارتفاع هذه النسبة قياساً ببقية الجرائد إلى كون جريدة المدينة كانت تخصص صفحة أو صفحتين يومياً لكل من مهرجان المدينة المنورة الثالث

ومهرجان جدة ٢٠٠٠ بشكل يومي وطوال فترة هذين المهرجانين .

جدول رقم (١)

مساحة الموضوعات السياحية في عينة جرائد الدراسة

		المدينة	الندوة	الجزيرة	اليوم	عكاظ	البلاد	الرياض
الموضوعات	سم/عمود	٨٠٧١	٥٤٢١	٨٥٥٥	٧٣٥٦	٨٠٤٤	٣٣٣٧	٦١٧٦
السياحية	نسبة	٩,٤٣	٨,٨٠	٧,٨١	٧,٥٤	٦,٧٥	٦,١٥	٥,٧٥
بقية	سم/عمود	٧٧٥٢٩	٥٦٢١١	١٠١٠١٣	٩٠٢٢٨	١١١١٨٨	٥٠٩٣٥	١٠١٢١٦
الموضوعات	نسبة	٩٠,٥٧	٩١,٢٠	٩٢,١٩	٩٢,٤٦	٩٣,٢٥	٩٣,٨٥	٩٤,٢٥
المجموع	سم/عمود	٨٥٦٠٠	٦١٦٣٢	١٠٩٥٦٨	٩٧٥٨٤	١١٩٢٣٢	٥٤٢٧٢	١٠٧٣٩٢
	نسبة	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وجاءت جريدة الندوة في المرتبة الثانية بنسبة ٨,٨٠٪، ثم جريدة الجزيرة بنسبة ٧,٨١٪، ثم جريدة اليوم بنسبة ٧,٥٤٪، ثم جريدة عكاظ بنسبة ٦,٧٥٪، ثم جريدة البلاد بنسبة ٦,١٥٪، وكانت جريدة الرياض أقل جرائد الدراسة من حيث نسبة المساحة المخصصة للموضوعات السياحية حيث لم تزد عن ٥,٧٥٪ من إجمالي مساحة عينة هذه الجريدة .

٢ـ توزيع مساحة الموضوعات السياحية بين السياحة الداخلية والخارجية

توزعت المساحة التي خصصتها جرائد الدراسة للموضوعات السياحية بين موضوعات مرتبطة بالسياحة الداخلية، وموضوعات أخرى مرتبطة بالسياحة الخارجية باستثناء جريدتي البلاد والندوة اللتين خلتا من أي موضوعات خاصة بالسياحة الخارجية كما يوضح الجدول رقم (٢)، واستأثرت موضوعات السياحة الداخلية في هاتين الجريدتين بكامل المساحة المخصصة للموضوعات السياحية وبنسبة ١٠٠٪، تلتهما جريدة الجزيرة بنسبة ٩٨,٦٨٪، ثم جريدة المدينة بفارق بسيط وبنسبة ٩٧,٧١٪، تلتها جريدة اليوم بفارق بسيط أيضاً وبنسبة ٩٦,٧٢٪، ثم جريدة عكاظ بنسبة ٩٣,٨١٪، وجاءت جريدة الرياض في المرتبة الأخيرة وبفارق كبير عن بقية الجرائد وبنسبة ٨٣,٤٠٪ .

جدول رقم (٢)

توزيع مساحة الموضوعات السياحية بين السياحة الداخلية والخارجية

		البلاد	الندوة	الجزيرة	المدينة	اليوم	عكاظ	الرياض
السياحة	سم/ عمود	٣٣٣٧	٥٤٢١	٨٤٤٢	٧٨٨٦	٧١١٥	٧٥٤٦	٥١٥١
الداخلية	نسبة	١٠٠	١٠٠	٩٨,٦٨	٩٧,٧١	٩٦,٧٢	٩٣,٨١	٨٣,٤٠
السياحة	سم/ عمود	-	-	١١٣	١٨٥	٢٤١	٤٩٨	١٠٢٥
الخارجية	نسبة	-	-	١,٣٢	٢,٢٩	٣,٢٨	٦,١٩	١٦,٦٠
المجموع	سم/ عمود	٣٣٣٧	٥٤٢١	٨٥٥٥	٨٠٧١	٧٣٥٦	٨٠٤٤	٦١٧٦
	نسبة	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وكما كانت جريدة الرياض أقل جرائد الدراسة من حيث المساحة المخصصة للموضوعات السياحية بصفة عامة (انظر جدول رقم ١) فقد كانت أيضاً أقل جرائد الدراسة من حيث المساحة المخصصة لموضوعات السياحة الداخلية، واستأثرت السياحة الخارجية فيها بنسبة مرتفعة قياساً ببقية جرائد الدراسة وصلت إلى ١٦,٦٠٪ من إجمالي المساحة المخصصة للموضوعات السياحية .

وباستقصاء طبيعة الموضوعات المرتبطة بالسياحة الخارجية والتي نشرتها الجرائد الخمس نجد أن الإعلانات التجارية الخاصة بشركات الطيران ورحلاتها إلى بعض الدول والمناطق السياحية، وكذلك العروض والبرامج السياحية المقدمة من وكالات السفر والسياحة، بالإضافة إلى العروض والأسعار المقدمة من بعض الفنادق العالمية تشكل الفئة الغالبة على موضوعات السياحة الخارجية، بل كانت هي الفئة الوحيدة فيما يتعلق بالسياحة الخارجية في جريدتي الرياض والجزيرة، بينما كان هناك تقرير واحد عن مهرجان خريف صلالة في سلطنة عمان نشر في جريدة اليوم، وخبر واحد عن نفس المهرجان نشرته جريدة المدينة، وكان هناك خبر واحد عن مشروع سياحي في سوريا نشر في جريدة عكاظ .

واستحواذ الإعلانات التجارية على النسبة الكاملة أو الأكبر من المساحة التي

احتلتها الموضوعات المرتبطة بالسياحة الخارجية يشير بشكل واضح إلى عدم وجود سياسة أو توجه عند القائمين على هذه الجرائد أو العاملين فيها نحو تشجيع السياحة الخارجية، أو إغراء المواطنين بالسفر إلى الخارج، أو عرض جوانب الجذب السياحي في دول أخرى، أو متابعة فعاليات مهرجانات سياحية خارجية، ولكن الواضح أن هذه الجرائد ضعفت أمام سطوة الإعلان، واستسلمت لإغراء المال المدفوع من المعلنين، وغضّت الطرف ولم تجد الشجاعة الكافية لرفض نشر مثل هذه الإعلانات .

وانطلاقاً من هذا المفهوم يمكن القول أن خلوّ جريدتي البلاد والندوة من أي موضوعات مرتبطة بالسياحة الخارجية لايعني بالضرورة أن هناك تعمداً من القائمين على هاتين الجريدتين نحو تجاهل مثل هذه الموضوعات بقدر مايعني أن الجريدتين لم تجدا إقبالاً من المعلنين، ولم تحصل على إعلانات مرتبطة بالسياحة الخارجية، وإلا لنشرت هذه الإعلانات كما نشرتها بقية الجرائد، ولسقطت برضاها واختيارها في فخّ الإعلان وحبائله .

ثانياً : الجوانب التحريرية لموضوعات السياحة الداخلية

١ـ أشكال عرض موضوعات السياحة الداخلية

هناك مجموعة من أشكال العرض وفنون التحرير الصحفي التي تستخدمها الصحف في عرض وصياغة ماتقدمه من مواد تحريرية وموضوعات صحفية مراعية في ذلك اختيار الشكل المناسب والقالب الأفضل الذي يتفق مع طبيعة الموضوع وأهميته ونوع المعلومات التي يتضمنها وحجمها.(٣٣)

وقد استخدمت جرائد الدراسة مجموعة من هذه الأشكال في عرض موضوعات السياحة الداخلية وإيصالها إلى القارىء، ولم تقتصر هذه الجرائد على شكل واحد أو أشكال محدودة وإنما كان هناك تنويع في استخدام هذه الأشكال كما يوضح الجدول التالي :

جدول رقم (٣)

أشكال عرض موضوعات السياحة الداخلية

الشكل	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
خبر	٣٩,٢	٢٤,٤٩	٧٦,٤٧	٤٤,٩٤	٤٩,١١	٣٥,٨٠	٦٦,٣٨
تقرير	٢١,٦	٣٤,٦٩	١٦,١٨	٣٢,٥٨	١٦,٩٦	٢٣,٤٦	١١,٢١
تحقيق	٨,٨	٩,١٨	-	٢,٢٥	٢,٦٨	٤,٩٤	٠,٨٦
مقابلة	٢,٤	٣,٠٦	١,٤٧	١,١٢	-	٣,٧٠	٦,٩٠
مقال	٦,٤	٦,١٢	٤,٤١	١٢,٣٦	٣,٥٧	١١,١١	٤,٣١
إعلان	١٤,٤	٢٠,٤١	-	٥,٦٢	٢٦,٧٩	١٨,٥٢	٩,٤٨
جدول	٧,٢	-	١,٤٧	١,١٢	٠,٨٩	-	٠,٨٦
كاريكاتير	-	-	-	-	-	٢,٤٧	-
قصيدة	-	١,٠٢	-	-	-	-	-
صورة وتعليق	-	١,٠٢	-	-	-	-	-
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وبالعودة إلى محتويات الجدول يتضح أن استخدام جرائد الدراسة لأشكال العرض لم يكن بشكل متساو أو متقارب ؛ فقد كانت نسبة الأخبار مرتفعة قياساً ببقية الأشكال الأخرى، وجاءت في المرتبة الأولى في جميع جرائد الدراسة باستثناء جريدة عكاظ، وكان ارتفاع نسبتها واضحاً وبالذات في جريدتي البلاد واليوم حيث تجاوزت نسبتها في جريدة اليوم ثلاثة أرباع العدد الإجمالي لموضوعات السياحة الداخلية ووصلت إلى ٤٧ , ٧٦٪، بينما كانت نسبتها في جريدة اليوم ٣٨ , ٦٦٪، وكانت أقل نسبة لها في جريدة عكاظ حيث لم تتجاوز ربع العدد الإجمالي لموضوعات السياحة الداخلية في هذه الجريدة، مما جعلها تتراجع إلى المرتبة الثانية .

وكانت نسبة التقارير مرتفعة في جميع جرائد الدراسة، وجاءت في المرتبة الأولى في جريدة عكاظ بنسبة ٦٩ , ٣٤٪، بينما جاءت في المرتبة الثانية في خمس من هذه الجرائد، ولكنها تراجعت إلى المرتبة الثالثة في جريدة الرياض .

ويمكن إعادة ارتفاع نسبة الأخبار والتقارير في جرائد الدراسة إلى كون هذه الجرائد

من الجرائد اليومية التي تعدّ الأخبار والتقارير العمود الفقري لها، ومن الطبيعي أن تستحوذ على النسبة الأكبر من أشكال عرض موضوعاتها بخلاف المجلات التي ينخفض فيها معدل الأخبار والتقارير نظراً لتباعد دوريات صدورها مما يجعل الأخبار والتقارير تفقد قيمتها وتصبح قديمة، كما أن الأخبار والتقارير هما أنسب شكلين من أشكال العرض لمتابعة النشاط السياحي، وتغطية فعاليات المهرجانات السياحية التي تابعتها جرائد الدراسة بشكل مكثف، وخصصت لها بعض الجرائد صفحات خاصة .

وجاءت الإعلانات في المرتبة الثالثة في خمس من جرائد الدراسة باستثناء جريدة الرياض التي تقدمت فيها الإعلانات إلى المرتبة الثانية وبنسبة تجاوزت ربع العدد الإجمالي لموضوعات السياحة الداخلية ووصلت إلى ٢٦,٧٩٪، وهي نسبة مرتفعة قياساً بنسبة الإعلانات السياحية في بقية جرائد الدراسة، بينما خلت جريدة البلاد من أي إعلانات ذات صلة بالسياحة الداخلية .

أما بالنسبة لبقية أشكال العرض فقد انخفضت نسبتها وتفاوتت بين جرائد الدراسة. وكانت أعلى نسبة للتحقيقات الصحفية في جريدة عكاظ (١٨ , ٩٪)، بينما كانت أعلى نسبة للمقابلات الصحفية في جريدة اليوم (٩٠ , ٦٪)، وكانت أعلى نسبة للمقالات الصحفية في جريدة الندوة (٣٦ , ١٢٪) ,كما كانت أعلى نسبة للجداول في جريدة المدينة (٢ , ٧٪)، وهذه الجداول تتضمن معلومات عن برامج وفعاليات بعض المهرجانات السياحية وأماكن تنظيمها ومواعيدها .

أما بقية أشكال العرض فقد انخفضت نسبتها بشكل كبير، ولم تزد في عددها عن موضوع واحد أو موضوعين، واقتصر استخدام كل شكل منها على جريدة واحدة فقط من جرائد الدراسة .

٢ـ مصادر موضوعات السياحة الداخلية

تنقسم المصادر التي تحصل منها الصحف على ماتنشره من أخبار وموضوعات إلى قسمين : مصادر ذاتية، ومصادر خارجية، ويقصد بالمصادر الذاتية المصادر الخاصة بالصحيفة والتي لايشاركها فيها صحف أخرى، ويدخل في هذه المصادر المندوب وهو

الذي يعمل في نفس المدينة التي تصدر فيها الصحيفة، والمراسل وهو الذي يبعث الأخبار للصحيفة من مدينة أو دولة أخرى، وهناك نوعان من المراسلين : مراسل دائم، وهو المراسل المقيم في المدينة أو الدولة الأخرى، ومراسل متحرك وهو الذي تبعثه الصحيفة لمتابعة حدث معين أو مناسبة محددة في المدينة أو الدولة الأخرى وتنتهي مهمته بانتهاء الحدث الذي سافر من أجله . ويمكن إدخال كتّاب الأعمدة المتعاونين مع الصحيفة ضمن مصادرها الذاتية باعتبار أن لكل صحيفة مجموعة من كتّاب الأعمدة الذين تتعامل معهم ,والذين يخصونها بمقالاتهم وموضوعاتهم الصحفية . أما المصادر الخارجية فيقصد بها المصادر المشتركة والمتاحة لجميع الصحف، والتي لا تخص صحيفة بعينها ولا تنفرد بها دون غيرها من الصحف مثل وكالات الأنباء والجرائد والمجلات والنشرات والوثائق والمحطات الإذاعية والتلفازية وغيرها من المصادر المماثلة .(٣٤)

ويوضح الجدول رقم (٤) ارتفاع نسبة موضوعات السياحة الداخلية المأخوذة من المصادر الذاتية لجرائد الدراسة، وبصفة خاصة فئة المراسلين التي تميزت بارتفاع نسبة الموضوعات المنسوبة إليها قياساً بفئتي المندوبين والكتّاب المتعاونين، ويمكن إعادة هذا الارتفاع إلى كون كثير من المهرجانات والنشاطات السياحية أقيمت في مدن أخرى غير المدن التي تصدر فيها جرائد الدراسة فكان من الطبيعي أن تصل أخبار هذه المهرجانات والنشاطات إلى الجرائد عن طريق مراسليها الموجودين في تلك المدن .

وقد شكلت نسبة الموضوعات المنسوبة إلى المصادر الذاتية مجتمعة (المندوبين والمراسلين والكتّاب المتعاونين) نسباً مرتفعة في جميع جرائد الدراسة ,وكانت أعلى نسبة لها في جريدة عكاظ حيث وصلت إلى ٢ , ٩٦٪، تلتها جريدة اليوم بنسبة ٥١ , ٩١٪، ثم جريدة الندوة بنسبة ٦٩ , ٩٠٪، ثم جريدة الرياض بنسبة ١٨ , ٨٩٪، ثم جريدة البلاد بنسبة ٨٦ , ٨٢٪، ثم جريدة الجزيرة بنسبة ٢٥ , ٨١٪، وكانت أقل نسبة لها في جريدة المدينة حيث لم تتجاوز ٥٧ , ٧٧٪ .

جدول رقم (٤)

مصادر موضوعات السياحة الداخلية

المصدر	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
مندوب	٢٧,١٠	١٦,٤٦	٨,٥٧	٥,٨١	١٣,٥١	٤,٦٩	١,٨٩
مراسل	٤٣,٩٣	٧٢,١٥	٧١,٤٣	٧٢,٠٩	٧٢,٩٧	٦٢,٥	٨٨,٦٨
كاتب متعاون	٦,٥٤	٧,٥٩	٢,٨٦	١٢,٧٩	٢,٧٠	١٤,٠٦	٠,٩٤
واس	٢,٨٠	١,٢٧	١٠	٨,١٤	٢,٧٠	٤,٦٩	٨,٤٩
غير محدد	١٩,٦٣	٢,٥٣	٧,١٤	١,١٦	٨,١١	١٤,٠٦	-
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

أما فيما يتعلق بالمصادر الخارجية فلم تعتمد جرائد الدراسة في موضوعات السياحة الداخلية إلا على مصدر خارجي واحد وهو وكالة الأنباء السعودية (واس)، وكانت نسبة الموضوعات المنقولة عن هذه الوكالة منخفضة في جميع جرائد الدراسة، ولم تزد في أعلى نسبة لها عن ١٠ ٪ في جريدة البلاد، بينما كانت هذه النسبة منخفضة بشكل كبير في جرائد المدينة وعكاظ والرياض، ويؤكد انخفاض نسبة موضوعات السياحة الداخلية المنقولة عن المصادر الخارجية وارتفاع نسبة المنقول منها عن المصادر الذاتية على العناية الكبيرة التي أولتها جرائد الدراسة لموضوعات السياحة الداخلية وأنها لم تعتمد بشكل كبير على المصادر الخارجية فيما يتعلق لهذه الموضوعات، ولم تكتف بنشر مايصلها من هذه المصادر فقط، وإنما حرصت على التميز والتفرد عن طريق تكليف مندوبيها ومراسليها بمتابعة الفعاليات والمهرجانات وحضور النشاطات والمناسبات المرتبطة بالسياحة الداخلية بل وصل الأمر ببعض الجرائد إلى إيفاد بعض محرريها إلى مناطق أخرى لدعم المراسلين الموجودين أصلاً في هذه المناطق كما حصل بالنسبة لدورة الصداقة الدولية الرابعة في أبها، كما فرّغت بعض الجرائد مجموعة من مندوبيها ومراسليها وكلفتهم بإعداد صفحات يومية خاصة بمتابعة وتغطية مهرجانات سياحية معينة .

ويلاحظ من الجدول السابق أن هناك نسبة من موضوعات السياحة الداخلية لم تحدد جرائد الدراسة مصدرها ,ولم تذكر من أين حصلت عليها، وكانت هذه النسبة

مرتفعة في جريدتي المدينة والجزيرة، بينما تميزت جريدة اليوم بعدم وجود أي موضوع غير محدد المصدر . ومن المتعارف عليه في الميدان الصحفي أن الصحف مطالبة بذكر المصادر التي تحصل منها على ماتنشره من موضوعات،وأن الإخلال بهذا الجانب سهواً أو عمداً يؤثر على مصداقية الجريدة عند قرائها، وينقص من ثقتهم فيها . كما أن نسبة الموضوعات إلى مصادرها فيه اعتراف لصاحب الفضل بفضله وخاصة أن أغلب المصادر ترغب في أن ترى اسمها مرتبطاً بالموضوع الذي حصلت عليه الصحيفة عن طريقها، ويسوؤها أن يتم إهمال هذا الأمر وتجاهله، وإذا كان من الممكن قبول تجاهل الصحف لذكر أسماء مصادرها الذاتية، فإنه من غير الممكن قبول تجاهل هذه الصحف للمصادر الخارجية، وخاصة أن هذا التجاهل يوقع الصحيفة في تهمة التعمد، وأنها تحاول الإيحاء للقارىء - بشكل غير مباشر - بأن هذه الموضوعات مأخوذة من مصادرها الذاتية .

٣ـ المدن التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية

تشتمل المملكة العربية السعودية على ثلاث عشرة منطقة رئيسة .ويوجد في داخل كل منطقة مجموعة كبيرة من المحافظات والمدن، ويتمتع عدد كبير من هذه المحافظات والمدن بكثير من مقومات وعناصر الجذب السياحي، ولكل واحدة منها مميزاتها الخاصة بها سواء من حيث الطقس المعتدل والهواء العليل، أو من حيث البحار والشواطىء، أو من حيث الآثار والمواقع التاريخية، أو من حيث الأسواق والمراكز التجارية، وغيرها من المميزات التي قد يجتمع عدد منها في مدينة واحدة .

ويوضح الجدول رقم (٥) أن هناك بعض المدن التي حظيت باهتمام كبير من جرائد الدراسة، بينما هناك مدن أخرى لايوجد أي إشارة للجوانب السياحية المتعلقة بها في بعض جرائد الدراسة، أو توجد إشارات قليلة ومحدودة في جرائد أخرى، وهناك موضوعات خاصة بالسياحية الداخلية نشرتها جرائد الدراسة ولكنها غير مرتبطة بمحافظة أو مدينة أو موقع معين وإنما هي موضوعات تتحدث عن السياحة الداخلية

بصفة عامة وقد أُدرجت ضمن فئة خاصة بها في نهاية الجدول .

جدول رقم (٥)

المدن التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية

المدينة	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
أبها	٢٨,٣٥	٣٨,٣٨	٧٠,٥٩	٤٨,٣١	٢٨,٧٥	٢٤,٣٩	٧٩,٣١
الباحة	-،	٦,٠٦	١٠,٢٩	٣,٣٧	١,٢٥	١,٢٢	١,٧٢
الطائف	٥,٥١	١٠,١٠	٢,٩٤	٧,٨٧	١١,٢٥	٤,٨٨	٣,٣٠
جدة	٤٠,٦١	٢٤,٢٤	١٤,٧١	٢٢,٤٧	٦,٢٥	٣٠,٤٩	٦,٠٣
المدينة	٢٠,٤٧	-	-	-	٢,٥	٤,٨٨	٠,٨٦
مكة	٠,٧٩	٣,٠٣	-	٢,٢٥	١,٢٥	١,٢٢	٠,٨٦
الرياض	-	٢,٠٢	-	١,١٢	٢٨,٧٥	٨,٥٤	-
الدمام والخبر	-	١,٠١	-	-	٨,٧٥	٤,٨٨	١,٧٢
القصيم	-	-	-	-	١,٢٥	٢,٤٤	-
تبوك	٠,٧٩	١,٠١	-	-	-	-	٠,٨٦
جيزان	-	٤,٠٤	-	-	-	-	-
نجران	-	١,٠١	-	٣,٣٧	-	-	-
ينبع	١,٥٧	٣,٠٣	-	-	-	١,٢٢	-
العلا	-	٢,٠٢	-	١,١٢	١,٢٥	-	-
حائل	-	١,٠١	-	١,١٢	١,٢٥	١,٢٢	-
الأحساء	-	-	-	-	-	-	١,٧٢
عام	٢,٣٦	٣,٠٣	١,٤٧	٨,٩٩	٦,٢٥	١٤,٦٣	٣,٤٥
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وقد استحوذت مدينتا أبها وجدة على أعلى نسبة من الموضوعات السياحية في جميع جرائد الدراسة وبفارق كبير عن المدن الأخرى باستثناء جريدة الرياض التي حظيت فيها مدينة الرياض بنسبة مرتفعة تساوت فيها مع مدينة أبها بنسبة ٢٨,٧٥٪، بينما انخفضت فيها نسبة الموضوعات الخاصة بمدينة جدة بشكل كبير ولم تتجاوز نسبتها ٦,٢٥٪ .

وقد جاءت مدينة أبها في المرتبة الأولى في خمس من جرائد الدراسة هي : عكاظ والبلاد والندوة والرياض واليوم، وكانت أعلى نسبة لها في جريدة اليوم حيث وصلت إلى ٧٩,٣١٪، بينما جاءت مدينة جدة في المرتبة الأولى في جريدتي المدينة والجزيرة، وكانت أعلى نسبة لها في جريدة المدينة حيث وصلت إلى ٤٠,٦١٪ ، وقد ساهمت المهرجانات والنشاطات السياحية المقامة في هاتين المدينتين في حصولها على نسب مرتفعة ومجيئها في هاتين المرتبتين .

ويتضح من الجدول أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين النسب المرتفعة التي حققتها بعض المدن وإقامة المهرجانات السياحية فيها، كما يلاحظ من الجدول أيضاً ارتفاع نسبة الموضوعات السياحية الخاصة بالمدينة المنورة في جريدة المدينة حيث وصلت إلى ٢٠,٤٧٪، ويعود هذا الارتفاع إلى كون الجريدة كانت تخصص صفحة أو صفحتين يومياً لمهرجان المدينة الثالث، كما يوضح الجدول أيضاً ارتفاع نسبة الموضوعات السياحية الخاصة بمدينة الرياض في جريدة الرياض حيث وصلت إلى ٢٨,٧٥٪، ويعود ذلك إلى أن الجريدة كانت تخصص صفحات في بعض الأيام للمهرجانات والنشاطات الخاصة التي تنظمها بعض المراكز الترفيهية الموجودة في مدينة الرياض .

ورغم أن مدينة الطائف حظيت في جميع جرائد الدراسة بنسب منخفضة مقارنة بأبها وجدة إلا أنها تعد مرتفعة قياساً بالمدن الأخرى التي لم تحظ بأي عناية من بعض الجرائد، أو حظيت بعناية متدنية لم تتجاوز موضوعاً أو موضوعين في جرائد أخرى .

ويبين الجدول الخلل الكبير والواضح في تفاوت اهتمام جرائد الدراسة بمدن المملكة المختلفة، وتركيزها على عدد محدود منها بشكل كبير مع أن هناك بعض المدن التي تتوافر لها كثير من مقومات السياحة وعوامل الجذب كالطائف والباحة مثلاً إلا أنها لم تلق نفس العناية والاهتمام التي لقيتها أبها مع التشابه الكبير بين هذه المدن في طبيعتها وعوامل الجذب السياحي المتوافرة فيها، ووجود بعض البرامج والنشاطات السياحية المشابهة للموجود في أبها، وكذلك الحال بالنسبة للدمام والخبر من جهة وجدة من جهة أخرى .

أما بقية مدن المملكة فصحيح أنها لاتحتوي على كثير من مقومات المنافسة وعوامل الجذب التي توافرت للمدن التي استأثرت بالنسب المرتفعة إلا أن لكل منها عوامل الجذب الخاصة بها، وفيها الكثير من المقومات السياحية والكنوز المجهولة والمواقع غير المعروفة عند كثير من المواطنين، وينبغي للصحف أن تساهم بدور كبير وجهد مميز في التعريف بهذه المدن ومقوماتها السياحية، ونفض الغبار عن المواقع المجهولة فيها، وإعطائها نصيبها من الاهتمام والعناية، وتشجيع القراء على زيارتها، ولا نطالب الصحف بإعطاء هذه المدن نفس الاهتمام الذي أعطته للمدن ذات الجذب السياحي المتميز، ولكن على الأقل رفع نسبة الاهتمام وزيادة معدله بحيث لايكون الخلل كبيراً والتقصير واضحاً، وبحيث لاتكون نسبة الموضوعات الخاصة بهذه المدن معدومة أو منخفضة بشكل كبير كما أوضح الجدول .

٤ـ مجالات السياحة التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية :

للسياحة مجالات متعددة، وأنواع مختلفة تتفاوت وتختلف حسب طبيعة كل دولة وكل منطقة ومدينة، وما يتوافر فيها من مقومات، وما تتميز به من مواصفات، وما تتمتع به من عوامل جذب تكسبها شهرة خاصة بها، وتساهم في زيادة معدلات إقبال السياح عليها، وهناك مناطق ومدن تتعدد فيها عوامل الجذب، وتجتمع فيها أكثر من ميزة وخصيصة، مما يجعل اسمها يرد ضمن أكثر من مجال من مجالات السياحة المختلفة.

ومن هذه المجالات السياحية المجال الترفيهي وهو الذي يتصل بجوانب التسلية والترفيه والترويح عن النفس، ويدخل فيها الدورات والمسابقات الرياضية، والحفلات الفنية والغنائية والمسابقات والنشاطات والحفلات والمسرحيات الخاصة بالأطفال والتي يتم تنظيمها في مدن الملاهي ومراكز الترفيه.

وهناك السياحة الثقافية وهي السياحة المرتبطة بإقامة الندوات والمحاضرات والأمسيات الشعرية والأدبية، والمسابقات والمخيمات الثقافية، والدروس العلمية، ومعارض الكتاب .

وهناك السياحة العلاجية وهي السياحة المرتبطة ببعض المدن التي يوجد بها مستشفيات تتوافر لها إمكانات طبية متقدمة، وتحتوي على مراكز علاجية متخصصة، وكذلك المناطق والمواقع التي اشتهرت ببعض الخصائص الطبيعية كالمياه المعدنية وغيرها.

وهناك السياحة التاريخية وهي السياحة المرتبطة بالمناطق والمواقع التاريخية، والآثار والقصور والحصون القديمة، والمهن والحرف التراثية، والمتاحف التي تعرض الجوانب التاريخية، والمقتنيات الأثرية .

وهناك السياحة البيئية وهي السياحة المرتبطة بالبحار وشواطئها وما فيها من جزر وشعاب مرجانية، والغابات والمتنزهات الطبيعية والمخيمات البرية ورحلات الصيد، والصحارى والجبال والكثبان الرملية، بالإضافة إلى المحميات الطبيعية المخصصة للمحافظة على الحياة الفطرية .

وهناك سياحة التسوق وهي السياحة المرتبطة بالمدن التي تحتوي على أسواق ضخمة ومراكز تجارية كبيرة وتحظى بإقبال كبير من السياح، بالإضافة إلى المعارض التجارية ومهرجانات التسوق التي تقام في بعض المدن في فترات الصيف لجذب السياح وزيادة معدلات إقبالهم على زيارة هذه المدن.(٣٥)

ويوضح الجدول رقم (٧) أن السياحة الترفيهية جاءت في المرتبة الأولى في جميع جرائد الدراسة باستثناء جريدة (عكاظ)، وحققت نسباً مرتفعة جداً في بعض الجرائد ؛ ففي جريدة اليوم وصلت إلى ٠٢ , ٨٣٪، واقتربت في جريدة البلاد من ثلاثة أرباع العدد الإجمالي لموضوعات السياحة الداخلية، كما كانت نسبتها في جريدة الرياض ٨٥ , ٦٥٪ .

وليس من المستغرب أن تأتي السياحة الترفيهية في المرتبة الأولى نظراً لكون جانب التسلية والمرح والترفيه يحظى باهتمام كبير من السياح ليس على مستوى المملكة والسياحة الداخلية فقط، ولكن على المستوى العالمي والسياحة الخارجية أيضاً، وبالذات فيما يتعلق بالأطفال الذين لاتعنيهم الجوانب والمجالات السياحية الأخرى، وقد جدول

رقم (٦)

مجالات السياحة التي شملتها موضوعات السياحة الداخلية

المجال	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
ترفيهية	٣٤,٢٣	٣٥,٣٥	٧٢,٠٦	٤٦,٤٣	٦٥,٨٥	٤٧,٠٦	٨٣,٠٢
علاجية	-	١,٠١	-	-	-	١,٤٧	٠,٩٤
ثقافية	٣٤,٢٣	١٤,١٤	١١,٦٧	١٥,٤٨	٩,٧٦	١٣,٢٤	٦,٦٠
تاريخية	٣,٦٠	٦,٠٦	-	٢,٣٨	١,٢٢	٤,٤١	-
بيئية	١,٨٠	٣,٠٣	-	-	١,٢٢	-	-
تسوق	٥,٤١	-	-	٥,٩٥	٤,٨٨	٢,٩٤	-
عام	٢٠,٧٢	٤٠,٤٠	١٦,١٨	٢٩,٧٦	١٧,٠٧	٣٠,٨٨	٩,٤٣
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

استحوذ الجانب الترفيهي عن كثير من فعاليات ونشاطات المهرجانات السياحية التي تم تنظيمها في عدد من مدن المملكة، وكان له حضور واضح وملموس على شكل دورات رياضية، أو حفلات فنية وغنائية، أو مسابقات ترفيهية، أو أنشطة خاصة بالأطفال، وكان لمتابعة فعاليات دورة الصداقة الدولية الرابعة في أبها، بالإضافة إلى الحفلات الفنية التي أقيمت في أبها وجدة أثر كبير في ارتفاع نسبة موضوعات المجال الترفيهي، ولكن الذي يستحق التوقف هو مبالغة بعض جرائد الدراسة في الاهتمام بالمجال الترفيهي وإعطائه مساحات واسعة من صفحاتها .

وجاءت الموضوعات المتعلقة بمجال السياحة الثقافية في المرتبة الثانية في أكثر جرائد الدراسة، وقد كانت نسبة موضوعات السياحة الثقافية في جريدة (المدينة) مرتفعة مما جعلها تتساوى مع موضوعات السياحة الترفيهية بنسبة ٣٤,٢٣٪ وتشاركها في المرتبة الأولى، ويمكن إعادة ارتفاع نسبة موضوعات السياحة الثقافية في هذه الجريدة إلى كونها كانت تخصص صفحة أو صفحتين يومياً لمهرجان المدينة المنورة الثالث، وقد حظي الجانب الثقافي في هذا المهرجان باهتمام كبير، وتركيز واضح تمثل في مجموعة كبيرة من الندوات والمحاضرات والأمسيات الشعرية مما جعله متميزاً عن المهرجانات الأخرى،

واستحق عليه ثناء كثير من المسؤولين والكتّاب .

أما في الجرائد الأخرى ورغم أن مجال السياحة الثقافية جاء في المرتبة الثانية إلا أن الفارق كان كبيراً بين نسبته ونسبة الموضوعات المرتبطة بمجال السياحة الترفيهية .

أما المجالات الأخرى فقد كانت نسبتها منخفضة جداً في جميع جرائد الدراسة، ولم تزد في عددها عن موضوع واحد أو موضوعين، ولم تظهر بعض هذه المجالات إلا في عدد محدود من هذه الجرائد، واختفت في بقية الجرائد .

٥ـ الأفكار التي تضمنتها موضوعات السياحة الداخلية

اشتملت موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في جرائد الدراسة على مجموعة من الأفكار المتنوعة، وتحدثت عن عدد من المضامين المختلفة، وهناك موضوعات دارت حول فكرة وموضوع واحد، وهناك موضوعات اشتملت على أكثر من فكرة وموضوع .

ويوضح الجدول رقم : (٧) أن متابعة الفعاليات والنشاطات الخاصة ببرامج ومهرجانات السياحة الداخلية قد استأثرت بنسب مرتفعة، وجاءت في المركز الأول في جرائد الدراسة، وكانت أعلى نسبة لها في جريدة البلاد حيث وصلت إلى ٧٦, ٨٦٪، بينما كانت أقل نسبة لها في جريدة الجزيرة حيث لم تتجاوز ٥٠٪ .

ومجيء هذه الفئة في المرتبة الأولى متوقع وليس بمستغرب وخاصة إذا علمنا أن هذه الفئة تركزت في الأخبار والتقارير الصحفية التي جاءت في مقدمة أشكال العرض التي استخدمتها جرائد الدراسة (انظر جدول رقم ٣) والتي تعدّ العمود الفقري للصحافة اليومية، ومن الطبيعي أن توليها العناية والاهتمام باعتبار أن هذه الخصيصة هي أبرز ما يميز الجرائد اليومية عن المجلات الأسبوعية والشهرية التي تشكل الأخبار والتقارير نسبة متدنية من إجمالي موضوعاتها، كما أن وجود مجموعة من المهرجانات والبرامج السياحية واشتمالها على عدد كبير من الفعاليات والأنشطة وعلى مدار عدة أسابيع، وحرص الجرائد على متابعتها ساهم في ارتفاع نسبة هذه الفئة، وهذه المتابعة لاتحتاج من الجرائد إلا إرسال بعض مندوبيها أومراسليها لمتابعة هذه

جدول رقم (٧)

الأفكار التي تضمنتها موضوعات السياحة الداخلية

الأفكار	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
تشجيع السياحة الداخلية	٠,٧٩	٢,٠٤	٢,٩٤	٥,٦٢	٢,٦٨	٦,١٠	١,٧٢
بيان مساوىء السياحة الخارجية	٢,٣٦	١,٠٢	-	١,١٢	٠,٨٩	٤,٨٨	٠,٨٦
عرض جوانب الجذب السياحي في مدن المملكة	١٣,٣٩	٣٥,٧١	٥,٨٨	١٩,١٠	١٣,٣٩	١٧,٠٧	٧,٧٦
متابعة فعاليات ونشاطات	٦٠,٦٣	٣٧,٧٦	٨٦,٧٦	٦٧,٤٢	٥٧,١٤	٥٠	٨١,٠٣
مآخذ وملاحظات على السياحة الداخلية	٢,٣٦	٦,١٢	٢,٩٤	٣,٣٧	٠,٨٩	١٠,٩٨	٣,٤٥
مشاريع سياحية	٢,٣٦	٥,١٠	٥,٨٨	٢,٢٥	٢,٦٨	٤,٨٨	١,٧٢
إعجاب وثناء على برامج وفعاليات	٥,٥١	٥,١٠	٢,٩٤	٣,٣٧	-	٤,٨٨	١,٧٢
الإعلان عن خدمات وعرض برامج وأسعار	١٢,٦٠	٢٠,٤١	-	-	٢٧,٦٨	١٧,٠٧	٧,٧٦
مقترحات لتطوير السياحة الداخلية	-	-	١,٤٧	١,١٢	١,٧٩	١٣,٤١	٣,٤٥

الفعاليات، وفي كثير من الأحيان يمكن لهؤلاء المندوبين والمراسلين الحصول على المعلومات والأخبار عن طريق الهاتف أو الفاكس أو من النشرات الجاهزة التي تعدها وتوزعها الجهات المنظمة لهذه المهرجانات .

أما الفئات الأخرى من الأفكار والمضامين التي دارت حولها موضوعات النسياحة

الداخلية فتتركز بشكل كبير في بقية أشكال العرض كالمقالات والتحقيقات والمقابلات، وهي أشكال لاتجاري في نسبتها نسبة الأخبار والتقارير المنشورة في جرائد الدراسة (انظر جدول رقم ٣)، بالإضافة إلى كونها تحتاج في إعدادها وكتابتها إلى جهد كبير ووقت أطول، وإلى جمع معلوماتها من أكثر من جهة ومصدر .

أما الفئة المتعلقة بالإعلان عن خدمات وعرض برامج وأسعار فقد تركزت بشكل كبير في الإعلانات التجارية، وكانت نسبتها في بعض الجرائد مرتفعة تبعاً لارتفاع نسبة الإعلانات التجارية في هذه الجرائد .

كما أوضح الجدول أن هناك ارتفاعاً في نسبة الموضوعات التي اشتملت على عرض لجوانب الجذب السياحي في مدن المملكة وبالذات في جريدة عكاظ التي وصلت فيها نسبة هذه الفئة إلى ٧١, ٣٥٪ .

أما بقية الفئات فقد كانت نسبتها منخفضة بصفة عامة في جميع جرائد الدراسة، وخلت بعض الجرائد من بعض هذه الفئات، ويوضح الجدول أن هناك تميزاً لبعض جرائد الدراسة في فئات معينة، وكان من المفترض أن تزيد نسبة اهتمام جرائد الدراسة ببعض هذه الفئات، وخاصة فيما يتعلق بتشجيع السياحة الداخلية، وبيان مساوىء السياحة الخارجية، كما كان من المفترض أن يحظى عرض جوانب الجذب السياحي في مدن المملكة المختلفة بتركيز أكبر ونسب أعلى مما كشفت عن هذه الدراسة .

ثالثاً : الجوانب الإخراجية لموضوعات السياحة الداخلية

١ـ مواقع نشر موضوعات السياحة الداخلية

تحتوي على كل جريدة على مجموعة من الصفحات التي يتم نشر الموضوعات فيها، فهناك الصفحة الأولى، والصفحة الأخيرة، وهناك الصفحات الداخلية التي إما أن تكون صفحات مخصصة لنشر الموضوعات المتصلة بمجال أو تخصص معين كالاقتصاد والرياضة والفن والأدب والشعر وغيرها، أو تكون صفحات عامة غير مخصصة لمجال

معين، وهناك الملاحق التي تكون مستقلة عن صفحات الجريدة، وتصدر في مناسبات معينة، وتخصص لمتابعة فعاليات هذه المناسبة وما يتصل بها، وتتفاوت صفحات الجريدة من حيث أهميتها، حيث تأتي الصفحة الأولى في مقدمة مواقع النشر من حيث الأهمية، تليها الصفحة الأخيرة، ثم الصفحات المتخصصة والملاحق، ثم الصفحات العامة، ويعطي اختيار الجريدة لصفحة محددة لنشر موضوع معين مؤشراً واضحاً على مدى اهتمام الجريدة بهذا الموضوع، فهناك فرق كبير وبون شاسع بين موضوع تنشره الجريدة في صدر صفحتها الأولى وموضوع آخر تضعه في ركن منزوٍ في صفحة داخلية عامة .

ويوضح الجدول التالي مواقع نشر موضوعات السياحة الداخلية في جرائد الدراسة.

جدول رقم (٨)

مواقع نشر موضوعات السياحة الداخلية

الموقع	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
صفحة أولى	٠,٩١	٢,٥٣	٢,٩٤	٤,٤٩	١,٢٢	٣,٧٠	٣,٤٥
صفحة أخيرة	-	١,٢٧	-	٣,٣٧	٣,٦٦	٣,٧٠	-
داخلية عامة	٤٩,٠٩	٣٤,١٧	٣٣,٨٢	٥٢,٨١	٣٠,٤٩	٧٠,٣٧	٣٠,١٧
داخلية متخصصة	٥٠	٦٢,٠٣	٦٣,٢٤	٤٤,٩٤	٦٤,٦٣	٢٢,٢٢	-
ملحق	-	-	-	-	-	-	٦٦,٣٨
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وقد جاءت الصفحات المتخصصة في مقدمة هذه المواقع في أربع من جرائد الدراسة (المدينة، عكاظ، البلاد، الرياض) وكانت نسبتها متقاربة في الجرائد الأربع وتجاوزت نصف العدد الإجمالي لما نشر في كل جريدة من هذه الموضوعات، وجاءت الصفحات العامة في المرتبة الأولى في جريدتي (الندوة، الجزيرة) وكانت نسبة الموضوعات المنشورة في الصفحات العامة لجريدة الجزيرة مرتفعة ووصلت إلى ٣٧ , ٧٠٪ من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في هذه الجريدة، أما في جريدة اليوم فقد تم نشر أعلى نسبة من موضوعات السياحة الداخلية في الملاحق، وخلت الجريدة من الصفحات المتخصصة، وكانت هي الجريدة الوحيدة من بين جرائد

الدراسة التي أصدرت ملاحق خاصة ؛ حيث خصصت ملحقاً يومياً من أربع صفحات لدورة الصداقة الدولية الرابعة التي أقيمت في أبها .

وينبغي هنا ملاحظة أن كثيراً من الصفحات التي خصصتها بعض جرائد الدراسة لبعض المهرجانات السياحية والبرامج الخاصة هي صفحات حصلت هذه الجرائد في مقابلها على مبالغ مالية من الجهات المشرفة على هذه المهرجانات، أو من أصحاب المراكز والمدن الترفيهية، وتدخل ضمن المواد الإعلانية التحريرية، ولذلك لايمكن الاستناد إليها كثيراً عند الحديث عن اهتمام هذه الجرائد بالسياحة الداخلية، ولايمكن اعتبارها مؤشراً قوياً على حرص هذه الجرائد على تشجيع السياحة الداخلية ومتابعة مايتصل بها من موضوعات ونشاطات ومهرجانات .

أما بالنسبة للصفحتين الأولى والأخيرة وهما أهم صفحتين في الجريدة فقد كانت نسبة مانشر فيهما من موضوعات السياحة الداخلية منخفضة جداً في جميع جرائد الدراسة، ومن الطبيعي أن تنخفض نسبة الموضوعات المنشورة في هاتين الصفحتين باعتبار أنه لا يوجد في الجريدة إلا صفحة أولى واحدة وصفحة أخيرة واحدة، بينما يمكن أن تكون هناك عدة صفحات متخصصة، وعدد كبير من الصفحات العامة، ولكن الملاحظ هنا الانخفاض الشديد في نسبة الموضوعات السياحية المنشورة في هاتين الصفحتين، أو انعدامها تماماً من الصفحات الأخيرة في بعض الجرائد، وكانت أعلى نسبة لما نشر من الموضوعات السياحية في الصفحة الأولى من نصيب جريدة الندوة بنسبة ٤٩ , ٤٪، بينما كانت أعلى نسبة لما نشر في الصفحة الأخيرة من نصيب جريدة الجزيرة بنسبة ٧٠ , ٣٪ .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن نسبة كبيرة مما نشر في الصفحتين الأولى والأخيرة من الموضوعات ذات الصلة بالسياحة الداخلية كانت عبارة عن إعلانات تجارية، ومن المعلوم أن المعلن هو الذي يختار ويحدد الصفحة التي يرغب في نشر إعلانه فيها، وليس للعاملين في الجريدة علاقة أو تدخل في هذا الأمر، ولو استبعدنا الإعلانات التجارية

المرتبطة بالسياحة الداخلية والمنشورة في هاتين الصفحتين لانخفضت نسبة موضوعات السياحة الداخلية المنشورة فيهما بشكل أكبر مما هو موضح بالجدول، وقد تختفي هذه النسبة تماماً لكون جميع مانشر في هاتين الصفحتين في بعض الجرائد كان من الإعلانات التجارية .

٢ـ مضمون الصفحات السياحية المتخصصة والملاحق

خصصت ستٌ من جرائد الدراسة عدداً من صفحاتها الداخلية للموضوعات المرتبطة بالسياحة الداخلية، وقد تم تخصيص بعض هذه الصفحات للموضوعات السياحية العامة غير المرتبطة بمناسبة أو مهرجان أو جهة معينة، كما تم تخصيص بعض هذه الصفحات لمتابعة فعاليات مناسبات أو مهرجانات سياحية أقيمت في بعض مدن المملكة أثناء فصل الصيف، كما كانت هناك صفحات خصصتها بعض الجرائد لمتابعة بعض النشاطات والبرامج التي تنظمها بعض المراكز والمدن الترفيهية الخاصة .

جدول رقم (٩)

مضمون الصفحات السياحية المتخصصة والملاحق

المضمون	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
مهرجان المدينة	٤٠	-	-	-	-	-	-
مهرجان جدة	٥٤,٥٥	-	-	-	-	-	-
دورة الصداقة بأبها	-	١٨,٣٧	٧٩,٠٧	٤٥	٥٦,٦٠	٣٨,٨٩	١٠٠
برامج خاصة	-	-	-	-	٤٣,٤٠	١١,١١	-
سياحة عامة	٥,٤٥	٨١,٦٣	٢٠,٩٣	٥٥	-	٥٠	-
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

ويوضح الجدول السابق أن دورة الصداقة الدولية الرابعة التي أقيمت في مدينة أبها كانت أكثر النشاطات السياحية التي حرصت جرائد الدراسة على متابعتها، وتخصيص صفحات مستقلة لها ؛ فقد خصصت خمس من جرائد الدراسة صفحات يومية لهذه الدورة، وكان عدد هذه الصفحات يتفاوت بين الصفحة والصفحتين ويصل في بعض الأيام إلى ثلاث صفحات، وقد حصلت هذه الدورة على نسب مرتفعة من إجمالي

الموضوعات السياحية المنشورة في الصفحات المتخصصة في بعض هذه الجرائد، وبالذات في جريدة البلاد حيث وصلت نسبتها إلى ٧٩,٠٧٪ من إجمالي الموضوعات السياحية المنشورة في الصفحات المتخصصة، ووصلت نسبتها في جريدة الرياض إلى ٥٦,٦٠٪ ، أما في جريدة اليوم فقد بلغ الاهتمام بهذه الدورة إلى درجة متقدمة وذلك بتخصيص ملحق يومي من أربع صفحات طوال فترة إقامة هذه الدورة، ونظراً لعدم وجود صفحات مخصصة للموضوعات السياحية أو ملاحق أخرى في هذه الجريدة فقد استأثرت هذه الدورة بالنسبة الكاملة (١٠٠٪) من إجمالي الموضوعات السياحية المنشورة في الصفحات المتخصصة والملاحق . وكانت جريدة المدينة الجريدة الوحيدة التي لم تخصص شيئاً من صفحاتها لهذه الدورة، وكانت تتابع فعالياتها، وتنشر أخبارها في الصفحات الرياضية العامة، ولكن هذه الجريدة تميزت بكونها الجريدة الوحيدة التي خصصت صفحات مستقلة لكل من مهرجان المدينة المنورة الثالث، ومهرجان جدة ٢٠٠٠، وكانت نسبة الموضوعات الخاصة بمهرجان جدة أعلى من نسبة الموضوعات الخاصة بمهرجان المدينة حيث وصلت نسبتها إلى ٥٤,٥٥٪ من إجمالي الموضوعات السياحية المنشورة في الصفحات المتخصصة .

كما تميزت جريدتا الرياض والجزيرة بكونهما الجريدتين الوحيدتين اللتين خصّصتا صفحات مستقلة لمتابعة بعض النشاطات والبرامج السياحية المقامة في بعض المراكز والمدن الترفيهية في مدينة الرياض، بالإضافة إلى صفحات خاصة بمهرجان أبها للتسوق الذي نظمته إحدى الشركات التجارية .

أما بالنسبة للصفحات التي خصصت للموضوعات السياحية العامة غير المرتبطة بمناسبة معينة أو مهرجان محدد فقد كانت موجودة في خمس من جرائد الدراسة ؛ ففي جريدة المدينة كانت هناك صفحة بعنوان (السياحة والسفر) وبدأت هذه الصفحة في الظهور بعد انتهاء فعاليات مهرجاني المدينة وجدة وتوقف الصفحات الخاصة بهما، وفي جريدة عكاظ تم تخصيص صفحتين للموضوعات السياحية العامة بعنوان (صيف وسياحة)، وفي جريدة البلاد كان هناك صفحة سياحية عامة بعنوان (سياحة)، أما

جريدة الندوة فقد كانت صفحتها بعنوان (الصيف والناس) وفي جريدة الجزيرة تم تخصيص صفحة بعنوان (السياحة والترفيه)، أما في جريدتي الرياض واليوم فقد اختفت هذه الفئة من الصفحات، ولم تخصص هاتان الجريدتان أياً من صفحاتها للموضوعات السياحية العامة .

وقد كانت نسبة موضوعات السياحية الداخلية المنشورة في الصفحات السياحية العامة مرتفعة في بعض جرائد الدراسة ؛ وبالذات في جريدة عكاظ حيث وصلت نسبتها إلى ٦٣ , ٨١٪ من إجمالي الموضوعات المنشورة في الصفحات المتخصصة، وكانت نسبتها في جريدة المدينة منخفضة جداً نظراً لكون هذه الفئة من الصفحات المتخصصة لم تظهر في هذه الجريدة إلا بعد توقف الصفحات المخصصة لمهرجاني المدينة وجدة والتي استمرت طوال فترة إقامة هذين المهرجانين

٣ـ أنواع العناوين المستخدمة في موضوعات السياحة الداخلية

يعد العنوان جزءاً أساسياً في الموضوعات الصحفية، وعنصر إبراز مهماً لايمكن تجاهله أو الاستغناء عنه، وهناك عدة أنواع وتسميات للعناوين المستخدمة في الموضوعات الصحفية ؛ منها (العنوان الرئيس) وهو الذي يتصدر الموضوع الصحفي ويكون في أعلاه، ويفترض أن يكون موجوداً مع كل موضوع صحفي، وهناك (المانشت) ويسمى (العنوان العريض) وهو عنوان رئيس إلا أنه يتميز بكونه يمتد بعرض الصفحة كاملة، أي بعرض ثمانية أعمدة بالنسبة لجرائد الدراسة، ويكون غالباً في الصفحات الأولى، ويمكن أن يستخدم في الصفحات الداخلية أيضاً، وهناك (العنوان التمهيدي) وهو العنوان الذي يسبق العنوان الرئيس ويمهد له، ويكون بحجم أصغر من حجم العنوان الرئيس، وهناك (العنوان الفرعي) وهو الذي يأتي بعد العنوان الرئيس ويكون بحجم أصغر منه أيضاً، وقد يشتمل الموضوع الصحفي الواحد على أكثر من عنوان فرعي، وهناك (العنوان الداخلي) وهو العنوان الذي يكون في داخل الموضوع الصحفي، ويسبق بعض فقراته، والهدف منه تقسيم الموضوعات الطويلة، وإزالة الرتابة

والسرد الممل عنها، بالإضافة إلى كونه محطة استراحة للقارىء.[٣٦]

ويشير استخدام الجريدة لأكثر من نوع من أنواع العناوين مع موضوع واحد إلى اهتمام هذه الجريدة بهذا الموضوع، وكلما تنوعت العناوين وتعددت كلما أخذ الموضوع بروزاً أكثر، وحيزاً أكبر من الصفحة - خاصة في حالة استخدام الأحجام الكبيرة من حروف الطباعة - وساهم في شد انتباه القارىء وجذبه نحو الموضوع.

ويوضح الجدول رقم (١٠) أن العناوين الرئيسة كانت موجودة مع نسبة مرتفعة جداً من موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في جرائد الدراسة، ولو أضفنا إليها نسبة الموضوعات التي سبقتها عناوين المانشت - وهي في الأصل عناوين رئيسة - لوصل مجموع النسبتين في بعض جرائد الدراسة إلى ١٠٠٪، ولنقصت في بعضها عن هذه النسبة بفارق بسيط جداً، ويمكن إرجاع سبب هذا النقص إلى وجود بعض الأخبار التي نشرت بدون عناوين في جرائد المدينة والرياض والجزيرة، ومع أن نسبة الأخبار التي نشرت بدون عناوين كانت منخفضة جداً في الجرائد الثلاث إلا أن المفروض أن تختفي تماماً، وأن لا ينشر خبر أو موضوع بدون عنوان.

جدول رقم (١٠)

أنواع العناوين المستخدمة في موضوعات السياحة الداخلية

النوع	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
رئيس	٩٨,١٣	٩١,١٤	٩٨,٥٣	٩٤,٠٥	٩٥,١٢	٩٢,٣١	٩٧,١٧
مانشت	-	٨,٨٦	١,٤٧	٥,٩٥	٣,٦٦	٦,١٥	٢,٨٣
تمهيدي	٤٢,٠٦	٣٤,١٨	٣٥,٢٩	٤٦,٤٣	٤١,٤٦	٦٣,٠٨	٦١,٣٢
فرعي	١٣,٠٨	١,٢٦	٥,٨٨	٩,٥٢	١٢,٢٠	٢٤,٦١	١٣,٢١
داخلي	٩,٣٥	١٠,١٣	٧,٣٥	٢,٣٨	٢,٤٤	١٥,٣٨	٣,٧٧
بدون	١,٨٧	-	-	-	١,٢٢	١,٥٤	-

أما بالنسبة لعناوين المانشت فقد كانت أعلى نسبة لها في جريدة عكاظ حيث تصدرت هذه العناوين مانسبته ٨,٨٦٪ من من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في هذه الجريدة، وكانت أقل نسبة لها في جريدة البلاد حيث لم تتجاوز

٤٧ , ١٪، بينما اختفت هذه الفئة من العناوين من جريدة المدينة، ومن الطبيعي أن لا تكون نسبة هذه الفئة من العناوين كبيرة نظراً لكون جرائد الدراسة ليست من الصحف الشعبية ولا من صحف الإثارة التي تبالغ في استخدام المانشتات بشكل يومي، وفي كل عدد في بعض الأحيان، وفي أكثر من صفحة، بالإضافة إلى أن استخدام المانشتات يكون في الغالب في الصفحة الأولى من الجريدة، وقد كانت نسبة موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في الصفحات الأولى من جرائد الدراسة منخفضة جداً (انظر جدول رقم ٨).

وكانت نسبة الموضوعات التي صاحبتها عناوين تمهيدية مقبولة ومنطقية في أكثر جرائد الدراسة إذ ليس من المطلوب أن تصاحب هذه الفئة من العناوين كل الموضوعات الصحفية وتكون سابقة لعناوينها الرئيسة، وكانت أعلى نسبة لهذه الفئة من العناوين في جريدة الجزيرة حيث استخدمت العناوين الفرعية فيما نسبته ٠٨ , ٦٣٪ من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في هذه الجريدة، وكانت أقل نسبة لها في جريدة عكاظ حيث لم تتجاوز ١٨ , ٣٤٪ .

أما العناوين الفرعية فكانت أعلى نسبة لها في جريدة الجزيرة أيضاً وبفارق كبير عن بقية جرائد الدراسة ؛ فقد استخدمت الجريدة هذه الفئة من العناوين مع مانسبته ٦١ , ٢٤٪ من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية، وكانت أقل نسبة لها في جريدة عكاظ حيث كان انخفاضها كبيراً ولم تتجاوز ٢٦ , ١٪ .

كما جاءت جريدة الجزيرة أيضاً في مقدمة جرائد الدراسة في استخدام العناوين الداخلية ؛ حيث وردت هذه العناوين مع مانسبته ٣٨ , ١٥٪ من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية في هذه الجريدة، بينما كانت أقل نسبة لها في جريدة الندوة ولم تتجاوز ٣٨ , ٢٪ .

٤ـ مصاحبة الصور لموضوعات السياحة الداخلية

تعد الصورة الفوتغرافية من العناصر الصحفية المهمة التي تستخدمها الصحف في دعم وإثراء ماتنشره من موضوعات نظراً لما يتوافر في الصورة من خصائص ومميزات

لاتتوافر في العبارات المكتوبة، فتكون مساهمة في تدعيم الموضوع، أو بيان جوانب جديدة لم تذكر فيه، وقد تكون الصورة في كثير من الأحيان أبلغ من مئات الكلمات، وأشد وقعاً وأعظم تأثيراً من عدد كبير من المقالات والموضوعات، والموضوع الصحفي المدعوم بالصور أكثر حيوية وجذباً للقراء من الموضوعات الخالية من الصور، ومصاحبة الصور لموضوع من الموضوعات الصحفية يدل على اهتمام الصحيفة بهذا الموضوع وعنايتها به وحرصها على إبرازه .(٣٧)

ويوضح الجدول رقم (١١) أن جميع جرائد الدراسة استخدمت الصور الفوتغرافية مع موضوعات السياحة الداخلية .

جدول رقم (١١)

مصاحبة الصور لموضوعات السياحة الداخلية

	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
يوجد صور	٥٤,٩٠	٧٧,٢٢	٦٧,٦٥	٦٧,٨٦	٥٩,٢١	٥٣,٩٧	٦٨,١٣
لايوجد صور	٤٥,١٠	٢٢,٧٨	٣٢,٣٥	٣٢,١٤	٤٠,٧٩	٤٦,٠٣	٣١,٨٧
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

وبالنظر إلى مااحتواه الجدول من أرقام يتضح أن مصاحبة الصور لموضوعات السياحة الداخلية تفاوتت بين جرائد الدراسة إلا أنها لم تقل عن النصف في أي من هذه الجرائد، وكانت أعلى نسبة لها في جريدة عكاظ حيث صاحبت الصور الفوتغرافية مانسبته ٢٢ , ٧٧٪ من موضوعات السياحة الداخلية المنشورة في هذه الجريدة، وهي نسبة مرتفعة تجاوزت ثلاثة أرباع العدد الإجمالي لهذه الموضوعات، أما أقل نسبة لها فكانت في جريدة الجزيرة حيث لم تصاحب الصور إلا مانسبته ٩٧ , ٥٣٪ من إجمالي موضوعات السياحة الداخلية المنشورة فيها، ولم تزد عنها جريدة المدينة إلا بفارق بسيط، وكان هناك تقارب كبير في نسبة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية في جرائد : البلاد والندوة واليوم .

٥ـ حداثة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية

تنقسم الصور المصاحبة للموضوعات الصحفية من حيث حداثتها وجدتها وحالتها إلى قسمين : فإما أن تكون صوراً حديثة وجديدة ومواكبة للحدث أو الموضوع ووثيقة الصلة به، وإما أن تكون صوراً قديمة تمت الاستعانة بها من أرشيف الصحيفة، وكلما كانت الصور المصاحبة للموضوع حديثة وجديدة وخاصة به كان هذا دليلاً على اهتمام الصحيفة بالموضوع، وحرصها على إبرازه وتقديمه للقارىء بشكل جيد، إلا أن الصحف تجد نفسها مضطرة في بعض الأحيان للجوء إلى أرشيف الصور لتعذر الحصول على صور حديثة مع رغبتها في تدعيم الموضوع ببعض الصور، أو وجود فراغ متبقي في الصفحة وليس لدى الصحيفة من المواد التحريرية ما تملأ به هذا الفراغ .(٣٨)

ويوضح الجدول رقم (١٢) أن نسبة الصور الحديثة المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية كانت أقل من نسبة الصور المأخوذة من الأرشيف في جميع جرائد الدراسة، ولم تزد في أعلى نسبة لها عن ٤٠٪ وذلك في جريدة الرياض، بينما كانت أقل نسبة لها في جريدة البلاد حيث انخفضت بشكل كبير ولم تتجاوز ١٧,٣٩٪، وكانت نسبتها في بقية الجرائد متقاربة، وتراوحت بين ٢٤٪ و ٣٦٪ .

جدول رقم (١٢)

حداثة الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية

	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
حديثة	٣٢,١٤	٣٦,٠٧	١٧,٣٩	٢٦,٣٢	٤٠	٣٥,٢٩	٢٤,١٩
من الأرشيف	٦٧,٨٦	٦٣,٩٣	٨٢,٦١	٧٣,٦٨	٦٠	٦٤,٧١	٧٥,٨١
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

٦ـ ألوان الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية

تنقسم الصور المصاحبة للموضوعات الصحفية من حيث ألوانها إلى قسمين : فإما أن تكون صوراً ملونة، أو تكون صوراً بالأبيض والأسود، ويتوقف استخدام الصور الملونة في صحيفة من الصحف على إمكاناتها الفنية والإخراجية، بالإضافة إلى طبيعة صفحاتها ففي بعض الصحف تكون جميع الصفحات مهيأة لاستخدام الألوان، وفي

صحف أخرى يكون استخدام الألوان مقصوراً على صفحات محدودة يتم تخصيصها لنشر موضوعات ذات طبيعة معينة ومضمون متميز، وقد تكون جميع صفحات الصحيفة غير مهيأة لاستخدام الألوان مما يجعل جميع الصور المنشورة فيها مقصورة في ألوانها على الأبيض والأسود فقط .[٣٩]

وتخصيص الصحيفة بعض صفحاتها الملونة لموضوعات معينة، ونشر الصور الملونة مع هذه الموضوعات يعد مؤشراً واضحاً على اهتمام الصحيفة بهذه الموضوعات وعنايتها بإبرازها، ودليلاً على إعطائها وضعاً خاصاً وتمييزها عن غيرها من الموضوعات.

ويوضح الجدول رقم (١٣) أ، نسبة الصور الملونة المصاحبة لموضوعات السّياحة الداخلية جاءت في المرتبة الأولى في جريدتين فقط من جرائد الدراسة هما عكاظ والرياض، وكانت نسبتها مرتفعة بشكل واضح حيث وصلت في جريدة عكاظ إلى ١٣ , ٧٢٪، وهو ما يقارب ثلاثة أرباع العدد الإجمالي لموضوعات السياحة الداخلية التي صاحبتها الصور في هذه الجريدة، بينما كانت نسبتها في جريدة الرياض ٦٨,٨٩٪.

جدول رقم (١٣)

ألوان الصور المصاحبة لموضوعات السياحة الداخلية

اللون	المدينة	عكاظ	البلاد	الندوة	الرياض	الجزيرة	اليوم
ملونة	٤١,٠٧	٧٢,١٣	٢٨,٢٦	٣٨,٦٠	٦٨,٨٩	٢٩,٤١	١٤,٥٢
أبيض وأسود	٥٨,٩٣	٢٧,٨٧	٧١,٧٤	٦١,٤٠	٣١,١١	٧٠,٥٩	٨٥,٤٨
المجموع	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

أما في بقية جرائد الدراسة الخمس فقد تراجعت الصور الملونة إلى المرتبة الثانية، وأعلى نسبة حققتها كانت في جريدة المدينة حيث لم تزد عن ٠٧ , ٤١٪، بينما كانت أقل نسبة لها في جريدة اليوم، وكان انخفاضها واضحاً بشكل كبير ولم تتجاوز ٥٢ , ١٤٪ .

الخاتمة

كان موضوع هذه الدراسة حول دور الصحافة السعودية في تشجيع السياحة الداخلية، وقد هدفت إلى التعرف على مدى مساهمة الصحف اليومية السعودية في دعم وتشجيع السياحة الداخلية، ودورها في التعريف بمناطق المملكة المختلفة، وما تتمتع به من مقومات سياحية، وعوامل جذب، وقد اقتصر الجانب التحليلي في هذه الدراسة على فئة معينة من الصحف وهي (الجرائد السعودية العامة التي صدرت باللغة العربية بشكل يومي في الفترة الصباحية خلال فترة الدراسة وهي عام ١٤٢١هـ)، ويمكن حصرها في الجرائد السبع التالية : المدينة، عكاظ، البلاد، الندوة، الرياض، الجزيرة، اليوم، وقد تم اختيار عينة من أعداد هذه الجرائد التي صدرت خلال الإجازة الصيفية؛ وذلك نظراً لكون الإجازة الصيفية هي الموسم الرئيس للسياحة والسفر في المملكة، وقد تم حصر جميع الموضوعات السياحية المنشورة في هذه العينة وإخضاعها لدراسة تحليلية مقارنة.

وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة ومبحثين؛ اشتملت المقدمة على الإجراءات المنهجية للدراسة، وتضمن المبحث الأول حديثاً عن حاجة السياحة الداخلية إلى الدعم الإعلامي، وواقع الإعلام السياحي الصحفي، أما المبحث الثاني فقد تم تخصيصه للدراسة التحليلية المقارنة ؛ وتضمن تحديداً لمساحة الموضوعات السياحية في عينة كل جريدة، ونسبتها إلى المساحة الإجمالية لهذه العينة، بالإضافة إلى توزيع هذه المساحة بين السياحة الداخلية والخارجية، والجوانب التحريرية التي تمثلت في تحديد الأشكال المستخدمة في عرض موضوعات السياحة الداخلية، ومصادر حصول الجرائد عليها، ومدن المملكة التي تحدثت عنها، والمجالات السياحية التي شملتها، والأفكار التي تضمنتها، وكذلك الجوانب الإخراجية لموضوعات السياحة الداخلية والتي تمثلت في تحديد مواقع نشرها، وأنواع العناوين المصاحبة لها، ومدى مصاحبة الصور لها، وألوان هذه الصور، وطبيعتها من حيث كونها حديثة أو من الأرشيف .

الهوامش

(١) انظر هذه الأرقام والإحصاءات وغيرها في :

- إسماعيل إبراهيم سجيني : الاستثمار السياحي في المملكة بالتركيز على منطقة المدينة المنورة، ط١ (الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، محرم ١٤١٨هـ) ص ٧ ـ ٨ .

- د. فهد بن جمعة : السياحة السعودية تطلب الود والقربى، الاقتصادية، ١٧/ ٢/ ١٤٢١هـ .

- عبد العزيز كانو : دعوة للإسراع في استكمال البنية التحتية لدعم السياحة، الاقتصادية، ٢٧/ ٤/ ١٤٢١هـ .

- د. وليد كساب الحميدي : سياحتنا الداخلية ..فرص مهدرة واستنزاف اقتصادي، الاقتصادية، ٩/ ١/ ١٤٢١هـ .

- عفيف الصوراني : مقابلة صحفية في مجلة (نزهة)، إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠ ، ص ٣٨ .

(٢) من كلمة الأمير خالد الفيصل في افتتاح ندوة (السياحة ودورها في دعم النمو الاقتصادي في المملكة)، مجلة الأموال، يوليو ٢٠٠٠، ص ٥٢ .

(٣) د. ذوقان عبيدات وآخرون : البحث العلمي .. مفهومه ـ أدواته ـ أساليبه (عمّان، دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٨٥) ص ١٨٧ .

(٤) د. محمد عبد الحميد : تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ط١ (جدة ، دار الشروق، ١٩٨٣م) ص ٩٨ .

(٥) المرجع السابق، ص ص ١٠٠ ـ ١٠١ .

(٦) انظر أهم النقاط التي تضمنها نص نظام الهيئة العليا للسياحة في مجلة : أهلاً وسهلاً، مايو ٢٠٠٠، ص ٤٤ .

(٧) نظم هذه الندوة مجلس منطقة مكة المكرمة بالتعاون مع الغرفة التجارية الصناعية بجدة في الفترة من ٢٥-٢٦/ ١١/ ١٤٢٤هـ.

(٨) السياحة على شواطىء أوراق ندوة مكة، مجلة تجارة الرياض ، صفر ١٤٢٠هـ، ملحق السفر والسياحة، ص ٨٢ .

(٩) المرجع السابق، ص ٧٩ .

(١٠) المرجع السابق، ص ٦٩ .

(١١) تقرير بعنوان : هيئة عليا للسياحة وصندوق لتمويلها، الاقتصادية، ٢٤/ ٦/ ١٤١٩هـ .

(١٢) عقد هذا اللقاء في مدينة أبها في الفترة من ٢٧ـ٢٨/ ٣/ ١٤٢١هـ .

(١٣) تقرير عن لقاء أبها السياحي الرابع، جريدة الندوة، ٢٩/ ٣/ ١٤٢١هـ .

(١٤) محمد آل عايش : رسالة ماجستير بعنوان (السياحة في منطقة عسير .. العرض والطلب)، نقلاً من مقال للباحث بعنوان : تغذية السياحة بالكوادر الوطنية، الاقتصادية، ٢٦/ ١/ ١٤٢١هـ .

(١٥) طلعت زكي حافظ : آن الأوان لإنشاء وزارة للسياحة، الاقتصادية، ٢٤/ ١٠/ ١٤٢٠هـ .

(١٦) عامر العبود، مقابلة صحفية منشورة في (نزهة) إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠، ص ٢٥ .

(١٧) عصام مصطفى خليفة : تحديات في طريق السياحة السعودية، نزهة ، إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠، ص ٤٨ .

(١٨) عبد العزيز كانو : دعوة للإسراع في استكمال البنية التحتية لدعم السياحة، الاقتصادية، ٢٧/ ٤/ ١٤٢١هـ .

(١٩) طلعت زكي حافظ : مقومات اقتصاديات السياحة الناجحة، مجلة (أهلاً وسهلاً)، يونيو ١٩٩٩، ص ٦٢ .

(٢٠) محمد إبراهيم المعجل، ضمن تحقيق صحفي بعنوان (سياحة مكتملة الشروط وخالية من المساحيق)، مجلة تجارة الرياض، صفر ١٤٢٠هـ، ملحق السفر والسياحة، ص ٢٢ .

(٢١) د. فهد بن جمعة : السياحة السعودية تطلب الود والقربى، الاقتصادية، ١٧/ ٢/ ١٤٢١هـ .

(٢٢) تحقيق بعنوان : هيئة عليا للسياحة برئاسة الأمير سلطان بن عبد العزيز، مجلة أهلاً وسهلاً، مايو ٢٠٠٠، ص ٣٣ .

(٢٣) د. عمر بن عوض المشعبي : نحو رؤية سياحية داخلية حديثة، جريدة الجزيرة ، ٢٩/ ٣/ ١٤٢١هـ .

(٢٤) انظر نص الدراسة في جريدة السياحة والبيئة، العدد الأول، شعبان ١٤٢٠هـ .

(٢٥) إسماعيل سجيني رئيس مركز السجيني للاستشارات الاقتصادية والإدارية، مقابلة صحفية منشورة في (نزهة) إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠، ص ١٣ .

(٢٦) فهد الزيد، ضمن ندوة صحفية بعنوان : السياحة الداخلية مولود واعد يبحث عن أب، الاقتصادية، ٢٩ / ٢ / ١٤٢٠هـ .

(٢٧) مجلة المسافر، العددان ٦٣، ٦٤، صفر وربيع أول، ١٤٢١هـ .

(٢٨) مجلة سواح، العدد الأول، يوليو ١٩٩٩، ص ٥ .

(٢٩) جريدة السياحة والبيئة، العدد الأول، شعبان ١٤٢٠هـ .

(٣٠) ملف الطيران والسياحة، العدد ٥٥٥، ١٠/ ٤/ ١٤٢١هـ .

(٣١) نزهة، إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠ .

(٣٢) في دراسة أجراها الباحث على عينة مختارة من جرائد (الرياض والبلاد واليوم) غطت ٢٥ عاماً من عهد المؤسسات الصحفية، جاءت الأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية في مقدمة موضوعات الأخبار المنشورة في عينة هذه الجرائد (د. أمين المغامسي : تطور الخبر في الصحافة السعودية .. دراسة تحليلية مقارنة على عينة من ثلاث جرائد في الفترة من ١/ ١١/ ١٣٨٣هـ ـ ٢٩/ ١٠/ ١٤٠٨هـ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة، فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمدينة المنورة، ١٤١٥هـ ص ٢٠٨ ـ ٢١٢)

(٣٣) للمزيد من المعلومات حول أشكال العرض وفنون التحرير الصحفي .. انظر :

ـ د. فاروق أبو زيد : فن الكتابة الصحفية، ط٣ (القاهرة، دار عالم الكتب، ١٩٨٥م) ص ١١ ـ ٢٤٤ .

ـ د. عبد اللطيف حمزة : المدخل في فن التحرير الصحفي، ط٤ (القاهرة، دار الفكر العربي) ص ٥٠ ـ ٥١٤ .

ـ د. عبد العزيز الغنام : مدخل في علم الصحافة، ط٢ (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧م) ج ١، ص ١٢٩ ـ ٢١٦ .

(٣٤) للمزيد من المعلومات حول المصادر .. انظر :

ـ د. فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، ط٢ (القاهرة، عالم الكتب) ص ٢٠٩ ـ ٢٢٨ .

ـ د . عبد العزيز الغنام : مدخل في علم الصحافة، ط٢ (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧م) ج١، ص٦٥ ـ ١٠٠ .

ـ د. إحسان عسكر : الخبر ومصادره (القاهرة، عالم الكتب) ص ٣٣ ـ ٤٨ .

(٣٥) لمزيد من المعلومات حول هذه المجالات السياحية ومجالات أخرى . . انظر :

ـ إسماعيل سجيني : الهيئة الوطنية السعودية للسياحة .. الطريق لتنمية السياحة، مجلة عالم الاقتصاد، يوليو ١٩٩٨م، ص ٦٨ .

ـ محمد عبد الله الشريف : مقابلة صحفية منشورة في (نزهة) إصدار عكاظ الخاص، يوليو

٢٠٠٠، ص ٢٢ .

ـ قبل أن تحزم أمتعتك ندعوك لهذه الرحلة القصيرة، مجلة تجارة الرياض، صفر ١٤٢٠هـ، ملحق السفر والسياحة، ص ٥٨ ـ ٥٩ .

ـ السياحة في المملكة .. صناعة وترفيه، مجلة أهلاً وسهلاً، يونيو ١٩٩٩، ص ٥٢ .

(٣٦) للمزيد من المعلومات حول أنواع العناوين .. انظر :

ـ د. إحسان عسكر : الخبر ومصادره، مرجع سابق، ص ٥٩ ـ ٦٥ .

ـ عبد العزيز سعيد الصويعي : فن صناعة الصحافة .. ماضيه وحاضره ومستقبله، ط١ (طرابلس، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، ١٩٨٤م) ص ٦٥ ـ ٦٩ .

ـ د. محمد معوض : الخبر في وسائل الإعلام، ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٤م) ص ٣٢ ـ ٣٣ .

(٣٧) د. محمد نبهان سويلم : التصوير الإعلامي، ط١ (القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥م) ص ٤٤ ـ ٤٩ .

محمود علم الدين : الصورة الفوتغرافية في مجالات الإعلام (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١م) ص ٣٣ ـ ٣٥ .

(٣٨) د. محمود أدهم : الصورة الإخبارية (بدون معلومات نشر) ص ١٤ ـ ١٦ .

د. محمد معوض : الخبر في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص ٣٩ .

(٣٩) محمود علم الدين : الصورة الفوتغرافية في مجالات الإعلام، مرجع سابق، ص ٤٣ ـ ٤٤ .

د. محمود أدهم : الصورة الإخبارية، مرجع سابق، ص ٢٧ .

المراجع

أولاً : الكتب

إحسان عسكر : الخبر ومصادره (القاهرة، عالم الكتب)

إسماعيل إبراهيم سجيني : الاستثمار السياحي في المملكة بالتركيز على منطقة المدينة المنورة، ط ١ (الغرفة التجارية الصناعية بالمدينة المنورة، محرم ١٤١٨هـ)

ذوقان عبيدات وآخرون : البحث العلمي .. مفهومه ـ أدواته ـ أساليبه (عمّان، دار الفكر للنشر والتوزيع، ١٩٨٥)

عبد العزيز سعيد الصويعي : فن صناعة الصحافة .. ماضيه وحاضره ومستقبله، ط١ (طرابلس، المنشأة العامة للنشر والتوزيع والإعلان، ١٩٨٤م).

عبد العزيز الغنام : مدخل في علم الصحافة، ط٢ (القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٧٧م)

عبد اللطيف حمزة : المدخل في فن التحرير الصحفي، ط٤ (القاهرة، دار الفكر العربي)

فاروق أبو زيد : فن الخبر الصحفي، ط٢ (القاهرة، عالم الكتب)

فاروق أبو زيد : فن الكتابة الصحفية، ط٣ (القاهرة، دار عالم الكتب، ١٩٨٥م) .

محمد معوض : الخبر في وسائل الإعلام، ط١ (القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٩٤م).

محمد نبهان سويلم : التصوير الإعلامي، ط١ (القاهرة، دار المعارف، ١٩٨٥م)

محمود أدهم : الصورة الإخبارية (بدون معلومات نشر)

محمود علم الدين : الصورة الفوتغرافية في مجالات الإعلام (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨١م)

ثانياً : البحوث

أمين أحمد المغامسي : تطور الخبر في الصحافة السعودية .. دراسة تحليلية مقارنة على عينة من ثلاث جرائد في الفترة من ١/ ١١/ ١٣٨٣هـ ـ ٢٩/ ١٠/ ١٤٠٨هـ، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الدعوة، فرع جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالمدينة المنورة، ١٤١٥هـ) .

ثالثاً : الدوريات :

أ ـ المقالات :

إسماعيل سجيني : الهيئة الوطنية السعودية للسياحة .. الطريق لتنمية السياحة، مجلة عالم

الاقتصاد، يوليو ١٩٩٨م.

عبد العزيز كانو : دعوة للإسراع في استكمال البنية التحتية لدعم السياحة، الاقتصادية، ٢٧/ ٤/ ١٤٢١هـ.

فهد بن جمعة : السياحة السعودية تطلب الود والقربى، الاقتصادية، ١٧/ ٢/ ١٤٢١هـ .

وليد كساب الحميدي : سياحتنا الداخلية ..فرص مهدرة واستنزاف اقتصادي، الاقتصادية، ٩/ ١/ ١٣٢١هـ.

ب ـ التحقيقات:

١ ـ السياحة في المملكة .. صناعة وترفيه، مجلة أهلاً وسهلاً، يونيو , ١٩٩٩

٢ ـ قبل أن تحزم أمتعتك ندعوك لهذه الرحلة القصيرة، مجلة تجارة الرياض، صفر ١٤٢٠هـ، ملحق السفر والسياحة .

ج ـ المقابلات:

١ ـ عفيف الصوراني : مقابلة صحفية في مجلة (نزهة)، إصدار عكاظ الخاص، يولَيو ٢٠٠٠ .

٢ـ محمد عبد الله الشريف : مقابلة صحفية في مجلة (نزهة)، إصدار عكاظ الخاص، يوليو ٢٠٠٠ .

□

Promoting the Domestic Tourism in Saudi Daily Press (A comparative analytic study on a sample of daily newspapers)

Amin A. Al-Maghamesi

Information Department. Taiba University, Al-Madinah Al-Munawarah

ABSTRACT. This study aims to ascertain the amount of contribution done by Saudi daily newspapers to promote domestic tourism and their roles to identify the various regions of the Kingdom, its highlights and features of attracting tourists.

A random sample has been selected from newspapers issued during the summer vacation in 1421A.H.,as the published tourist articles in those newspapers were subject to a comparative analytic study.

The study has included an introduction and two chapters; the title of first chapter is (the Need of Domestic Tourism to Media Support & the Reality of Journalistic Tourist Media) while the second chapter is consecrated to the analytic study and included three topics. The first topic among them has included space size used to cover the published tourist articles in the sample of newspapers comparing to the total of their sizes as well as the distribution of such space size among domestic and external tourism. Meanwhile, the second topic is focused on writing aspects such as identifying used patterns in demonstrating the articles of domestic tourism, resources of information used by newspapers, cities of the Kingdom mentioned in such articles, tourism aspects and views included. Finally, the third topic has dealt with the aspects of publishing domestic tourism articles such as defining their publishing spaces, types of their headlines, suitability of accompanying photos, colors of such photos and whether they are modern or adopted from archives.